

بسم الله وبعد: تم الرفع بحمد الله من طرف

بن عيسى قرمزلي متخرج من جامعة المدية

التخصص الأول: إعلام آلي

التخصص الثاني: حفظ الممتلكات الثقافية بنفس الجامعة.

1983/08/28 **بالمدية – الجزائر-**

الجنسية: الجزائرية

للتواصل وطلب المذكرات مجانا وبدون مقابل

أطلب نسخة كاملة من مكتبتي الإلكترونية لكل التخصصات

1000 جيقا بـ 30.000 دج

هاتف : +213(0)771.08.79.69

بريدي إلكتروني: benaissa.inf@gmail.com

صفحتي على الفيسبوك: https://www.facebook.com/theses.dz

جروبي: /https://www.facebook.com/groups/Theses.dz

سكايب:benaissa20082

دعوة صالحة بظهر الغيب فربما يصلك ملفي وأنا في التراب ....

أن يعفو عنا وأن يدخلنا جنته وأن يرزقنا الإخلاص في القول والعمل..

ملاحظة: أي طالب أو باحث يسرق عمل الناس بأي طريقة فحسبنا الله وسوف يسأل يوم القيامة وما هدفنا إلا النفع حيث كان لا أن نتبنى أعمال الغير والله الموفق وهو نعم المولى ونعم الوكيل....

صل على النبي – سبحان الله وبحمدك سبحان الله العظيم-

بن عيسى قرمزلي 2014

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الجزائر
معهد التربية البدنية والرياضية

اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية
نحو حصة " أستوديو الكرة"
بالقناة الأولى للإذاعة الوطنية
دراسة ميدانية بمعهد التربية البدنية والرياضية بجامعة الجزائر العاصمة

مذكرة لنيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية

إعداد الطالب:
عمرون مفتاح

إشراف الأستاذ الدكتور:
بوداود عبد اليمين

السنة الجامعية : 2008/2007

بسم الله الرحمن الرحيم

فهـــرس المحتويات

الموضوع : .... الصفحة

الموضوع: .... الصفحة

الباب الثاني: الجانب التطبيقي للدراسة

الفصل الخامس : منهجية الدراسة

الفصل الســادس : تبويب وتحليل البيانات

الفصل السابع : مناقشة الفرضيات على ضوء نتائج الدراسة

شكر وتقدير

أشكر الله عز وجل
الذي وفقني لإنجاز هذا العمل،
وأتقدم بالشكر والعرفان إلى الأستاذ
المشرف الدكتور بوداود عبد اليمين
الذي مكنني بفضل توجيهاته
وإرشاداته من إتمام هذا العمل،
وإلى الأستاذ الدكتور بن عكي محمد آكلي
اللذان كان لهما الفضل في فتح
اختصاص الإعلام الرياضي التربوي
بجامعة الجزائر، وإلى كل أساتذتي
بقسم التربية البدنية والرياضية،
كما لا أنسى الدكتور أحمد مسعودان
الذي لم يبخل علي بتوجيهاته
القيمة في جميع
مراحل البحث، .وإلى الدكتور
محمد بودربالة

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع
إلى الوالد العزيز والوالدة
العزيزة، إلى إخوتي،
إلى زوجتي، إلى أبنائي:
رضوان وسيف الإسلام،
وإلى ابنتي فاطمة الزهراء،
حفظهم الله تعالى ورعاهم،

وإلى كل العائلة.

مقدمـــة

لقد أصبحت الرياضة لغة عالمية تتجاوز حدود الاختلافات والفروق بين البشر على وجه المعمورة، فهي تعكس وتمثل الأيديولوجية، وتظهر فيها السياسة وتبرز فيها بقوة الاعتبـارات الاقتصادية، تتجسد في الرياضة القيم والأخلاق والثقافة والتربيـة، وتتـأثر الرياضـة بـالعلم والتكنولوجيا، وتقوم بأدوار وتحقق وظائف وتنجز مهاما مختلفة ومتباينة، تعكس بنـى و نظـم سياسية، اقتصادية واجتماعية مختلفة.

إن دورها لا يقتصر على ساحات الملاعب وجداول المنافسات ومنصات التتويج، بل أصبح يمتد ويتطور. وتشكل الرياضة جسراً للحوار والتقارب والتفاهم واحترام وقبول الآخر، والمساهمة الفاعلة في حل مشاكل الإنسانية وصنع السلم العالمي، و أن الوصول إلى ذلك يتطلب درجة عالية من المهنية، العصرنة، الموضوعية، الانفتاح، الحيادية وتوظيف آخر ما توصلت إليه التقنية الحديثة في المجال الإعلامي المختص في الرياضة.

ومع التحولات التي طرأت على المشهد السمعي البصري عالميا وعربيا والتي لا تنحصر في البعد التقني فحسب، بل أصبح العامل الأساس في بناء رؤية فكرية شاملة للحياة المعاصرة، عبر إشاعة الوعي وإغناء الفكر، تجدد المفاهيم وتحقيق الأثر، إذ أن التعامل مع ما هو مسموع ومرئي، تتولد عنه علاقات جديدة بمصادر الرياضة والإعلام، وهي علاقة متفاوتـة التـأثير، وتنوع ما توفره تقنيات الاتصال الحديثة من معلومات ومضامين رياضية.

لقد شهد العالم والمنطقة العربية تطور إعلامي كبير في المجال الرياضي، وأحدث هـذا العديد من التحولات الملموسة.

وهذه التحولات بمختلف أبعادها، أصبحت اليوم تعكس حالة العلاقات القائمة بين الاقتصاد والاتصال من أجهزة ومضامين وخدمات.

وبفعل هذا كله تجاوز الإنتاج السمعي البصري والتمويل الرياضي ومسالك التوزيع حدود الفضاءات الجغرافية التقليدية، لتصبح أوسع اتصالا واستهدافا لأوسع الفئات في ظـل عولمـة امتدت إلى تركيبة الأنماط الثقافية، القيم والممارسات السلوكية، فأحـدثت تغييـرات جوهريـة شملت الوظائف الاجتماعية والاستراتيجيات التربوية ومواقع النفوذ والتأثير من ناحية أخرى.

إن البرامج الرياضية التي تستهدف فئات مختلفة من المشاهدين، بمختلف أصنافها وفـي جميع مراحل إنتاجها، وعبر أشكال إبلاغها، ليست بمعزل عن هذه التحولات وأبعادهـا، فهـي تدخل في صلب الصراع الإعلامي، وأنها وثيقة الصلة بالمقومات الأساسية، وبنـاء شخصـيته ووعيه وأفق مستقبله، كما أنها إحدى مصادر التنشئة الاجتماعية نظرا لطول الوقت الذي بـات يقضيه المشاهد أمام شاشة التلفزيون، والاستماع إلي المحطات الإذاعيـة، وقـراءة الصـحف والمجلات الرياضية ، وفق هذه المعطيات تعد الإذاعة من بين وسائل الاتصال الأخرى الأهـم والأخطر من ناحية التربية، والتوجيه والتنمية والتأثير الواسع.

وبناءا على هذا جاء اهتمامنا في هذه الدراسة بالبرامج الرياضية الإذاعية، التـي نشـعر بأهمية الحاجة القائمة إليها، من ناحيتي جهات الإرسال أو القائمين بالاتصال وأقطاب الاستقبال المتمثلة بالفئات المختلفة للمشاهدين والمتابعين.

وشهدت العشر سنوات الأخيرة اهتماما متزايدا بالتحليل للرسالة في وسائل الإعلام وفـي التغطية الإخبارية وفي الإشهار وفي الأفلام السينمائية وفي الإنتاج الخيالي في التلفزيون.

وتمارس وسائل الإعلام قوتها في التأثير من خلال الرسائل التي تنقلها إلـى الجمـاهير المستهدفة، ولذلك فان المهمة المركزية للرسالة الإعلامية ليس فقط أن توجد وأن ترسـل، بـل أيضا أن تصل وأن تِثار.

ذلك نظرا لأن الإعلام ممارسة غائية ومن أجل أن تصل الرسالة وأن تؤثر لابد أن تقوم على أسس وقوانين ونظريات علم الإعلام .

ومن خلال ذلك كان اختيار موضوع دراستنا اتجاهات الطلبة نحو الحصص الرياضـية بالإذاعة الوطنية.

ولقد تم تقسيم الدراسة إلى جانبين، جانب نظري وجانب تطبيقي، ففيما يخـص الجانـب النظري فقسمناه إلى أربعة فصول.

الفصل الأول شامل إشكالية الدراسة مع الفرضيات، كما وضحنا أسباب اختيارنا لهـذا الموضوع وأهداف الدراسة مع تحديد المصطلحات الخاصة بهـا دون أن ننسـى الدراسـات السابقة.

واحتوى الفصل الثاني على عدة نقاط هامة تخدم الجانب النظري وتعطي نظرة واضـحة عن مفهوم الاتجاه وكيف يتكون وأنواعه.

أما الفصل الثالث فاهتم بالإعلام الرياضي وأنواعه وتأثيراته وخصائصه ونظرياته، دون أن ننسى المنظومة الإعلامية الرياضية وبتركيز أكبر على المنظومة الرياضية الإذاعية.

أما الفصل الرابع فتطرقنا فيه إلى تاريخ الإذاعة وخصائصها والدور الـذي تلعبـه فـي المجتمع، ثم تناولنا الإذاعة الجزائرية والإعلام المسموع في الجزائر.

ثم يأتي الباب الثاني والمتعلق بالجانب التطبيقي الذي قسمناه إلى ثلاثة فصول توضح لنا ما نريد الوصول إليه لتحقيق الإجابات على التساؤلات التي تطرقنا إليها في الفصـل الخـامس وكل ما يتعلق بخطوات البحث من جانبه التطبيقي وفيه نجد : منهج البحث، متغيرات البحـث والأدوات المستعملة في البحث، التحليل الإحصائي وعينته مع كيفية اختيارهـا. أمـا الفصـل السادس فهو متعلق بتبويب وتحليل البيانات، في حين ناقشنا في الفصل السابع النتائج المرتبطة بفرضيات البحث.

الباب الأول

الجانب النظري للدراسة

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

1-الإشكالية

2-فرضيات الدراسة

3-أهمية الدراسة

4-أسباب اختيار الموضوع

5-أهداف الدراسة

6-تحديد المفاهيم

7-الدراسات السابقة

1 - إشكـاليــة البحـــــث:

لقد أصبحت وسائل الإعلام المرئية المسموعة والمكتوبة من بين الأدوات الهامـة التـي توفر المناخ الصالح للتنمية والتغيير، لهذا تسعى كل الدول المتقدمة منها والسائرة في طريـق النمو إلى إعطائها أهمية خاصة، مما جعل دور وسائل الإعلام يتعاظم من سنة إلى أخرى.

والإذاعة وسيلة من وسائل الإعلام الهامة التي تنمي المجتمـع وتنشـر الـوعي والقـيم الاجتماعية والسياسية، وعاملا مهما في التأثير على الـرأي العـام وتوجيهـه، حيـث تتميـز بجمهورها المتنوع وغير المتجانس في الإمكانات الاجتماعية والاقتصادية، والمستوى الثقـافي والتعليمي، وهذا ما يؤدي إلى ظهور إعلام اقتصادي، إعلام سياسي، إعلام تربـوي، إعـلام اجتماعي، خدماتي وإعلام رياضي، حيث يعتبر هذا الأخير من أهم مجالات الإعلام الإذاعـي لما يلقى من اهتمام وتجاوب من طرف شريحة الرياضيين بصفة خاصة والمهتمـين بشـؤون الرياضة بصفة عامة من أطفال، مراهقين وشباب من الجنسين وحتى الشـيوخ، فلـيس مـن الغريب أن تكون صفحات الرياضة والمادة الإعلامية والمرئية أكثر إقبالا، ويزداد ذلـك مـع مشاركة الجزائر في المحافل الدولية والنتائج المحققة، وما أعقبته من استعدادات للاشتراك فـي كأس العالم سنة **1982**، والتغيرات السياسية بعد أحداث أكتوبر**1988**، فتوالى الاهتمام، وانتشرت الأبواب الرياضية في الصحف والمجلات والبرامج الرياضية في الإذاعة والتلفزيون، وأصبحت من أكثر الصفحات والمواد الإعلامية التي تجذب اهتمام القراء والمستمعين والمشـاهدين فـي الجزائر، وكانت صحيفة الهدف الصادرة في الشرق الجزائري أول صـحيفة رياضـية سـنة **1976**[1].

كما تستهدف الإذاعة الوطنية من خلال تقديمها لخدمة الإعلام عدة شرائح و فئـات مـن المجتمع من بينها فئة الشباب، ويعتبر الطلبة الجامعيون من أهم ما يمثل فئة الشباب في المجتمع الجزائري، حيث أن هؤلاء الطلبة كما لغيرهم من الفئات، اتجاهات نحو الحصـص الرياضـية التي تقدمها الإذاعة الوطنية.

---

[1] إسماعيل إبراهيم: الصحفي المتخصص، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001، ص55.

وتلك الاتجاهات ناتجة عن عوامل ومؤسسات التنشئة الاجتماعية، الأسرة، المدرسة دور الشباب والنوادي الرياضية ووسائل الإعلام، إلى جانب مختلف التغيرات الحاصلة في المجتمع الجزائري وخاصة تلك المتعلقة بنسق الأفكار والقيم والمعتقدات.

فالبرامج الرياضية في الإذاعة الجزائرية بالقناة الأولى لها جمهورها الذي يتابعها ويقبـل عليها، ومن بين هذا الجمهور نجد الطلبة الجامعيين، نظرا للأهمية التي تكتسيها وهامش الحرية المتاح فيها في طرح الموضوعات التي يرغب في سماعها، بالنظر للإمكانيات العلمية والثقافية التي تتمتع بها، والدور الذي تلعبه هذه الفئة في المجتمع، ومـن أهـم البـرامج والحصـص الرياضية التي تقدمها القناة الأولى برنامج «أستوديو الكرة».

وهو برنامج يهتم بمشاكل كرة القدم الجزائرية والفرق الرياضية خلال الأسـبوع، مـن خلال استضافة أصحاب القرار من رؤساء الاتحاديات والفـرق الرياضـية، ويسـتغرق هـذا البرنامج ساعة كاملة يوم الجمعة، ابتداء من الساعة العاشرة صباحا وعلى المباشر.

وبالنظر لأهمية البرنامج في طرح المواضيع التي تهتم بواقع الرياضة في بلادنا والفترة الزمنية الطويلة التي عاشها هذا البرنامج في معالجة القضايا الرياضية والدور الهام الذي تلعبه هذه الحصص في رسم اتجاهات معينة لبعض الفئات من المجتمع، يتطلب منا معرفة عينة مـن الشباب الجزائري وهي فئة الطلبة، وعليه وفي سياق كل ذلك يمكـن تحديـد التسـاؤل العـام للدراسة كالآتي :

ما هي اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحو حصة أستوديو الكرة بالقناة الأولى للإذاعة الوطنيــة ؟

تتفرع عن هذا التساؤل التساؤلات الفرعية التالية:

1. **ما هي اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحـو مـا تقدمـه حصـة أستوديو الكرة من موضوعات ؟**
2. **ما هي اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحو نوعية الحوار بحصة أستوديو الكرة ؟**

3. ما هي اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحو ضيوف حصة أستوديو الكرة ؟

2 - الفرضيـــــات:

. الفرضية العامـة: اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية ايجابية نحو حصـة أستوديو الكرة بالقناة الأولى للإذاعة الوطنية.

. الفرضيات الفرعية:

1. اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية ايجابية نحو المواضيع التي تقـدمها حصة أستوديو الكرة.
2. اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية ايجابية نحو نوعية الحوار بحصـة أستوديو الكرة.
3. اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية ايجابية نحو ضيوف حصة أستوديو الكرة.

3 - أهمـيـة الدراســـة:

تتضح أهمية الدراسة من خلال أهمية الموضوع حيث أن الحصص الرياضية هـي ذات أهمية تربوية ترفيهية وإعلامية، وأن فئة الطلبة هي فئة جد هامة في المجتمع، حيـث تعتبـر واعية، وهي من يعمل على التغيير في المستقبل، وهناك أهمية أخرى تتمثل في معرفة وقياس الاتجاهات حيث تعطي لنا صورة واضحة عن أهمية الحصة ومدى إقبال الطلبة بصفة خاصـة والجمهور بصفة عامة.

4 - أسباب اختيار الموضـــوع:

هناك أسباب ذاتية وأسباب موضوعية دعتنا إلى تناول الموضوع دون سواه.

. أسبـاب ذاتيـــــة:

تتمثل في الاهتمام بالحصص الرياضية على مستوى الإذاعة الوطنية، بما أنني صـحفي إذاعي، ومعد لعدة برامج رياضية في الإذاعة، ودائما أتطلع لمعرفة قدرة الحصص الرياضـية في جلب عدد من المستمعين والمهتمين، خاصة الطلبة الذين يمثلون شريحة هامة منهم .

. أسباب موضوعيــة:

على الرغم من توفر عدة دراسات خاصة بالحصص الاجتماعية والثقافية والسياسية، إلا أننا وجدنا عدم الاهتمام بالدراسات الخاصة بالحصص الرياضية علـى المسـتوى الإذاعـي. بالإضافة لأهمية الموضوع الذي يأخذ رأي الطلبة كشريحة مهمة في المجتمع، وخاصـة أننـا نفتقد إلى إعلام متخصص على المستوى الإذاعي، وعدم وجود إذاعة رياضية تـوفر الوقـت الكافي للحصص الرياضية، والرغبة الكبيرة والملحة في معرفـة رأي فئـة مـن المتـابعين للحصص الرياضية للإذاعة، وتأثيرات هذه الحصص عليهم.

5 - أهـــــداف البـحــــــث:

هناك هدف عام وهو يتمثل في الكشف عن اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحو الحصص الرياضية بالقناة الأولى للإذاعة الوطنية وبالتحديد حصة أستوديو الكرة.

وهناك أهداف عملية هـــي:

- الكشف عن اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحـو مـا تقدمـه حصـة أستوديو الكرة من موضوعات.

- الكشف عن اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحو نوعية الحوار لحصـة أستوديو الكرة.

- الكشف عن اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحو ضيوف حصة أستوديو الكرة.

6 - تحديد المفاهيم:

إن من أهـم مفاهيم الدراسـ ـة ما يلـ ـ ـ ـي:

- **الاتجـ ـ ـاه :**

يعتبر من بين الموضوعات الرئيسية في علم النفس الاجتماعي، حيث ظهر هذا المفهـوم إلى حيز الوجود اعتبارا من **1909** وهو يدرس الإنسان من حيث أنه كائن حي يـؤثر ويتـأثر بالآخرين، ويعرف جوردون البورت الاتجاه بأنه "استعداد أو تحفز للاستجابة" فالاتجاه استعداد أولي وكامن، وليس سلوكا ظاهرا بل هو الاستعداد للسلوك؛ ويمكن للاتجاه أن يوجد في جميـع مراحل الاستعداد للسلوك بدءا من التفكير فيه إلي القيام به بالفعل، فهو حالة مـن الاسـتعداد العقلي والعصبي تكونت من خلال التجربة وتفرض تأثيرا موجها على استجابة الفرد على كـل الأشياء والمواقف المتصلة به، فأوامر المخ إلى الجهاز العضلي للجسم للقيام بنوع معـين مـن السلوك تنتج عن تبلور الحافز إلى دوافع على ضوء الاتجاهات مما ينتج عنه تفضـيل لـبعض بدائل أو سبل تحقيق الأهداف على غيرها من البدائل؛ فالاتجاهات نظم إرشاد للدوافع، ويمكـن إشباع أي دوافع عن طريق عدد معين من الاستجابات المختلفة عند قيام الفرد بسلوك لإشـباع الدوافع والحاجات التي لديه[1].

و يعرفه سعد عبد الرحمان، بأنه "تركيب عقلي نفسي أحدثته الخبرة الحادة المتكـررة، و يمتاز بالثبات، أو الاستقرار النسبي"[2].

ويعرف أحمد بدر، بأنه " حالة من التفكير أو الشعور، أو رد الفعل يتم بصورة منتظمـة بالنسبة للناس، أو المجموعات، أو المسائل الاجتماعية"[3].

يذكر بدوي أحمد زكي، بأن معجم المصطلحات الاجتماعية يعرف الاتجاه بأنـه، "ميـل الفرد إلى تركيز الانتباه نحو الشخص، أو موضوع، أو فكرة معينة، و يتخذ هذا الميل صـبغة

---

1 فرج الكامل: تأثير وسائل الإعلام الاتصال- الأسس النفسية والاجتماعية-، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة، 1985م, ص90.

2 المرجع نفسه، ص 330.

3 المرجع نفسه، ص 53 .

وجدانيـة، أو هـو اسـتعداد وجـداني يحمـل الفـرد علـى أن يقـوم، أو يهـتم بنشـاط أو بعمل معين[1].

من خلال هذه التعاريف يفهم أن الاتجاه هو استعداد وجداني ثابت نسبيا يحدد شعور الفرد وسلوكه نحو المثير، أو هو نزعة إيجابية، أو محايـدة، أو سـلبية تجـاه شـيء، أو شـخص أو مجموعة، أو فكرة، أو فعالية.

إن هذا الاستعداد يكون ذو مستويين، استعداد مؤقت، واستعداد المدى الطويل، فالاستعداد الوقتي يكون نتيجة تفاعل لحظي بين الفرد وعناصر البيئة، ومثال ذلك اتجاه الجائع نحو الطعام لحظة إحساسه بالجوع، وينتهي هذا الاستعداد بمجرد إحساس الجائع بالشـبع، أمـا الاسـتعداد الطويل المدى، فهو يمتاز بالثبات و الاستقرار، ومثال ذلك اتجاه الفرد نحو صديق لـه، فهـو ثابت نسبيا لا يتأثر بالمضايقات العابرة، وله صفة الثبات والاستقرار النسبي الذي يتبع بطبيعـة الحال تطور الفرد في صراعه مع البيئة الاجتماعية والمادية.

و حسب محمود السيد أبو النيل، الاتجاه ما هو إلا وجهة نظر يكونها الشـخص وتكـون هذه الوجهة حول موضوع ما، مهما اختلف ميدانه، سواء كان اجتماعي، أو ثقافي، أو سياسي، أو حول قيمة من القيم، أو جماعة من الجماعات.

أما ميشيل أرجايل، فالاتجاه عنده هو "الميل إلى الشعور، أو سلوك، أو التفكير بطريقـة محددة إزاء الناس الآخرين، أو المنظمات، أو الموضوعات، أو الرموز".[2]

من خلال ما ورد من التعاريف المختلفة يمكننا القول، أن جميـع هـذه التعـاريف، قـد اعتبرت الاتجاه قوة أو ميل أو استعداد يوجه السلوك نحو موضوع ما بشكل معين، مؤكدين قوة داخلية دافعة لسلوك الفرد، جاءت بمصطلحات متنوعة، افترضت وجود قوة غامضـة تسـمى حالة تهيؤ عقلي عصبي، أو نفسي تصيب السلوك، غير أن هذه التعاريف جاءت بألفاظ مجردة لا تساعد على فهم معنى الاتجاه، لأن مفهوم التهيؤ أو الاستعداد يحتاج إلى تحديد و تعريف.

---

(1) المرجع نفسه، ص 75.
(1) محمود السيد أبو النيل: علم النفس الصناعي، بحوث عربية وعالمية، دار النهضة العربية، بيروت، 1985، ص 45.

و على الرغم مما تمتاز به هذه التعاريف من أوجه متفاوتة من الغموض و الإبهـام، إلا أنها تؤكد أن هذه القوة أو الاستعدادات تكتسب من خلال الخبرة و التجارب الشخصية، و مـن خلال التفاعل مع البيئة الاجتماعية التي يعيش فيها الفرد ، و هو يتأثر بالقيم والمعايير السـائدة في المجتمع، و يتماشى مع مرحلة التطور التي يجتازها.

و هناك تعاريف حاولت تحديد هذا المفهوم، نـذكر منهـا تعريـف إبـراهيم إسـكندر وآخرون[1].

فالاتجاه عندهم يعبر عن "محصلة استجابة الفرد نحو موضوع ذي صـبغة اجتماعيـة" وذلك من حيث تأييد الفرد أو معارضته لهذا الموضوع.

وجرين (Green) الذي يؤكد أن" الاتجاه يخلعه الإنسان ليصف به ترابطـا لاسـتجابات متعددة للفرد الواحد إزاء مشكلة أو موضوع معين".

و كامبل (Kampbel) الذي يرى أن الاتجاه" هو الترابط الرصين لاستجابات الفرد بالنسبة لمجموعة المشكلات الاجتماعية" [2].

و قد حاول فريق من العلماء ربط الاتجاه بالشخصية مؤكدين أن وظيفة الاتجاه تتمثل في قدرة الحفاظ على توازن الشخصية في موقف اجتماعي معين.

و في هذا الصدد يذكر آرون (Aroun) وآخرون أن الاتجاه هو "نسـق يسـمح بتنظـيم سلوكات و آراء الأفراد حول ما تقتضيه شخصياتهم، لذلك فهو لا يتحدد فقط بالخبرة الماضية، بل يتحدد من خلال الموقف الحالي للشخصية في مجال اجتمـاعي معـين"[3].ويلاحـظ بـأن التعاريف بعيدة عن الغموض، كما أنها تحدد العمليات التي تربط المفهوم بالواقع الملموس، أي أنها ترجع الاتجاه إلى الوقائع و الإجراءات القابلة للملاحظة و القياس.

و في بحثنا الحالي، نقصد بالاتجاهات معرفة اتجاهات الطلبة نحو موضـوعات حصـة أستوديو الكرة، ونحو نوعية الحوار، ونحو ضيوف حصة أستوديو الكـرة، وهـذا بموافقتهـا

---

[1] إبراهيم نجيب إسكندر مليكة لويس كامل ومنصور رشدي: الدراسة العلمية للسلوك الاجتماعي، ط3، دار النهضة، القاهرة 1961، ص 295.

[1] المرجع نفسه، ص 51.

[1] المرجع نفسه، ص 75.

أو معارضتها، أو الحياد، أي بمعنى آخر محصلة استجابة الطلبة نحو هذه المحاور، من حيـث الموافقة، أو عدم الموافقة، أو الحياد وعدم تكوين اتجاه.

يشمل محور معرفة اتجاه الطلبة نحو نوعية الحوار والمحور الثالث معرفة اتجاه الطلبة نحو ضيوف الحصة وكل ذلك وفقا لسلالم تقديرية.

- **الطالـــب:**

يقصد بالطالب الجامعي هو الطالب الذي أتيحت له الفرصة لمتابعـة الدراسـة بمرحلـة التعليم العالي والجامعي، فالطلبة يمثلون فئة اجتماعية وليس طبقة خاصـة، و ذلـك لأنهـم لا يشغلون وضعا مستقلا في الإنتاج الاقتصادي، وإنما بمجموعهم هـم الاختصاصـيون الـذين سيشغلون في الإنتاج المادي والعلمي والتطبيقي ولثقافي وإدارة الدولة والمجتمع[1]. ونقصد فـي بحثنا هذا بالطالب الجامعي كل من يدرس بمعهد التربية البدنية والرياضـية بسـيدي عبـد الله جامعة الجزائر، وبالضبط طالب السنة الرابعة في كل التخصصات ومن الجنسين.

- **البرنامج الرياضي:**

البرنامج كلمة لديها عدة مفاهيم، وعموما هي الخطة التي يستخدمها الإنسان مـن أجـل القيام بشيء معين (كحصة رياضية) ويعرفه محمود فهمي "هو شكل فني يشغل مسافة زمنيـة محددة ويقدم في مواعيد ثابتة سواء يوميا أو أسبوعيا أو نصف شهريا أو شهريا لعرض مـادة علمية أو فنية أو ثقافية أو دينية"[2]. ونقصد في بحثنا هذا بالبرنامج الرياضي حصـة أسـتوديو الكرة بالقناة الأولي للإذاعة الوطنية.

وهو برنامج رياضي أسبوعي في الإذاعة الوطنية القنـاة الأولـى يهـتم بموضـوعات الرياضة والرياضيين ويقدم كل جمعة على الساعة العاشرة.

---

(1) منجد الطلاب: دار الشرق، بيروت، 1977 ، ص609.
(2) محمد فهمي: الصوت والصورة، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، ص20.

- **الإعــلام الرياضــي:**

هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية، وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور، ويهدف لنشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع لتنمية وتوعية كل من له اهتمام بالرياضة، وهو جزء من الإعلام الخاص، لكونه إعلاما خاصا يهــتم بقضايا وأخبار الرياضة والرياضيين[1].

فالإعلام الرياضي بما يملكه من إمكانات، يستطيع أن يحدث تغييرا في المعرفة الرياضية لدى الجمهور متى استطاع أن يوظف بعض المتغيرات، كشخصية الإنسان، و خبرته في بيئته الاجتماعية و الرياضية، و تشكيله الثقافي، و نفوذ قوى الضــغط الاجتمــاعي المضــادة فــي المجتمع، و يوجهها على إيقاع واحد متناغم يعجل بتغيير المعرفة الرياضية حسب الاتجاه الذي يريده سواء ضد ما هو قائم و مناهض له أو مع ما هو قائم و داعم له[2]

في دراستنا هذه نقصد بالإعلام الرياضي المسموع والمرئي والمكتوب.

7- **الدراســات السابقــــة:**

إن البحوث في مجال الاتصال الجماهيري وخاصة الدراسات الميدانية تساهم إلــى حــد كبير في تحديد الأهداف والمعطيات لتخطيط وبرمجة السياسة الإعلامية، بالإضافة إلى كونهــا أداة فعالة في تقييم البرامج والمواد لقياس أثرها، يقول «محمد طلال» لم تعد بحوث الاتصــال بوجه عام وبحوث المستمعين والمشاهدين بوجه خاص شرفا علميا وإنما هي ضرورة أساســية لاستكمال وطنية الاتصــال بهدف إنجاح العملية الاتصالية وبلورة النظريــة الإعلاميــة فــي تطبيقها لغرض وإنجاح خطط التنمية[3] .

لقد تزامنت أهمية بحوث المشاهدين والمستمعين في العالم بوجه عام والــدول العربيــة بوجه خاص نتيجة لتزايد أجهزة الاستقبال والإقبال الكبير علــى اقتنائهــا فلــم يعــد الراديــو والتلفزيون من الكماليات وإنما من الضروريات، كما أن اتساع وقــت الفــراغ الــذي تمــدده

---

[1] أديب خضور: الإعلام الرياضي، ط1، المكتبة الإعلامية، دمشق، 1994، ص 77.
[2] خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم: الإعلام الرياضي، مركز الكتاب للنشر، الجزء الأول، القاهرة، 1998 ، ص 15.
[3] محمد طلال و آخرون: ملاحظات منهجية حول البحوث الإعلامية في الوطن العربي، السنة الثانية، العدد 2 سبتمبر 1982، ص33.

التشريعات الاجتماعية بتحديد ساعات العمل بشيء من الرغبة فـي شـغله، وتمثـل أجهـزة الاستقبال أقرب الوسائل لملأ هذا الفراغ.

ولقد شكلت وسائل الإعلام عامة والإذاعة خاصة موضوع اهتمام الباحثين الجزائـريين، ولقد استندت دراستنا إلى هذه الدراسات بهدف الاستفادة من تراكم المعرفـة فـي المواضـيع المشابهة لموضوعنا، إلا أن اهتمام الباحثين قد صب أساسا في علاقة الإذاعة بحدث ما (خاصة السياسة أو الاقتصاد) وافتقار دراسات سابقة تهتم بالحصص الرياضية. وفيما يلي أهم الدراسات في الوطن العربي، والتي تركز في طبيعة الحال على رأي المستمعين والمشاهدين.

*** الدراســة الأولــى:**

تناول الدكتور عاطف عدلي العبد في كتابه : "بحوث المستمعين والمشاهدين في الـوطن العربي"[1] تحليل مجموعة الدراسات الميدانية والنظرية والمتعلقة بالإعلام السـمعي البصـري، المنجزة في الدول العربية، أجرى الباحث دراسة في المملكة العربية السعودية دامت أكثر مـن سنتين، تمثلت نسبة البحث في مجموع الدراسات التي اطلع عليها الدكتور وأعد لها مستخلصات للمركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين. ولقد اقتصرت عينة البحث على مائـة واثنـين وعشرين بحثا.

إن هذا البحث من البحوث الاستطلاعية التحليلية، يسعى إلـى التعـرف علـى بحـوث المستمعين والمشاهدين.

واستخدم الباحث منهج المسح وتحليل المحتـوى، ووضـع الباحـث منهجـا مفروضـا وتساؤلات تمثلت في تساؤل عام يهدف إلى التعرف على السمات الرئيسية لبحوث المشـاهدين والمستمعين، وتساؤلات خاصة بالدراسات التي استخدمت أسلوب تحليل المحتوى، وتسـاؤلات خاصة بالدراسات الميدانية في الدول التي أجريت فيها الدراسة، ووسائل الاتصال التي تناولتها هذه الدراسة الميدانية.

وحلل الباحث كل دراسة على حدى، ثم أجاب عن أسئلة استمارة قد أنجزها بنـاء علـى التساؤلات السابقة، وتوصل الدكتور عاطف عدلي العبد إلى مجموعة من النتائج، حيث بلغ عدد

---

(1) سحر محمد وهبي: بحوث في الاتصال، سلسلة دراسات وبحوث إعلامية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 1996، ص 62.

البحوث والدراسات الميدانية (90) دراسة شكلت (73.77 %) من إجمـالي الدراسـات عينـة البحث، أما الإجابة عن التساؤلات المتعلقة بالدراسات الميدانية فكانــت:

تحتل مصر نسبة (56.66%) من الدراسات الميدانية نسبة (16.68%) فالكويت، والسودان ثم الأردن فقط وأخيرا السعودية، الجزائر، لبنان نسبة (01.11 %).

أجريت (70%) من الدراسات الميدانية لعرض عملية تمثلت في التعـرف علـى حجـم الاستماع والمشاهدة التي تخدم المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية، وقـد أجريـت (30 %) مـن الدراسات الميدانية لأغراض عملية تمثلت في الحصـول علـى درجـات علميـة، ليسـانس، ماجستير، دكتوراه.

أغلب الدراسات التي أجريت على التلفزيون تبلغ (24.53%)، بينمـا بلغـت الدراسـات المجراة عليها حقا (7.78 %) من إجمالي الدراسات الميدانية.

أجريت (64.45 %) من الدراسات على الجمهور بصفة عامة بينها (35.35 %) أجريـت على عدد نوعي يشمل الفلاحين، الطلاب، أبناء العمال، الشباب، الأطفال، رجال الإعلام. وقـد بلغت تلك المتعلقة بالشباب نسبة (56%) من إجمـالي الدراسـات الميدانيـة التـي أجريـت، و(86.67%) من إجمالي الدراسات الميدانية على الذكور و الإناث معا، بينما (12.22 %) علـى الذكور فقط (1.11%) على الإناث فقط، استعملت (95.56 %) من الدراسات الميدانيـة المقابلـة والاستمارة بينما (4.4%) استعملت البريد.

هذا بإيجاز عن الدراسة الأولى، حيث يمكن التعرف على مكانة الإذاعة بـين وسـائل الإعلام الأخرى في الوطن العربي كذلك التعرف على جمهورهـا مـن حيـث الخصـائص والصفحات.

* الدراســة الثانيــــة:

دراسة ماجي الحلواني[1] وهي استطلاع رأي الشباب تجاه الاستماع للإذاعات الموجهـة للدول العربية، وقد حددت الباحثة مشكلة الدراسة في التساؤلات الآتية:

---

(1) المرجع نفسه، ص 62.

- هل يستمع الطلبة والطالبة إلى الإذاعات الأجنبية الموجهة للدول العربية ؟
- ما هي أفضل المحطات الإذاعية الأجنبية والعربيـة ؟.
- ما أفضل البرامج الإذاعيـ ـ ـ ـ ـة العربيـ ـ ـ ـة ؟.
- ما مدى استماع الطلاب للخدمات الإذاعية المصرية ؟.

وحددت الباحثة أربعة فروض بنـت عليهـ ـا الدراسـ ـة الميدانيـ ـة.

- هناك علاقة فردية بين المكان الجغرافي والاستماع إلى الإذاعات الموجهة.
- هناك علاقة فردية بين استماع الطلبة للإذاعة الموجهة (مونت كـارلو) إذاعـة (الشرق الأوسط).
- هناك علاقة فردية بين الجنسين والاستماع إلى الإذاعات الموجهة.
- هناك علاقة فردية بين استماع الطلبة والخدمات الإذاعية المقدمة.

ثم تم إجراء البحث على طلاب ثلاث جامعات في القاهرة، الزقازيق والمنيا، وكانت من أهـم نتائجها ما يلي:

كانت عينة جامعة القاهرة أكثر العينات اتساعا للإذاعات الموجهة والعربية، بينما تعتبـر عينة جامعة الزقازيق أقل استماعا للإذاعة الموجهة للدول العربية.

تعتبر إذاعة مونت كارلو أكثر الإذاعات الأجنبية استماعا بالنسـبة لجميـع الجامعـات موضوع البحث، تليها من حيث الأهمية إذاعة أمريكا، وهيئة الإذاعة البريطانيـة، أمـا أقـل الإذاعات استماعا فكانت إذاعة صوت ألمانيا التي لا يستمع إليها أحد من الجنسين.

تعتبر الإذاعة السعودية هي أكثر الإذاعات استماعا لدى عينة الدراسـات، تليهـا ليبيـا، وأقلها استماعا إذاعة العراق.

تعتبر وضوح الإرسال من أهم أسباب الاستماع إلى الإذاعات الموجهة العربيـ ـة.

***الدراســـة الثالثـــة:**

قام حسام رفقي[1] . بدراسة سنة 1980، الهدف منها تحديد أهمية وتأثير وسـائل الإعـلام على السلوك الرياضي الجماهيري، وبلغت عينة البحث 1170 من رجـال الإعـلام العـاملين بالأقسام الرياضية والعاملين في قطاع البطولات (مدربين-حكام-إداريين-لاعبين) ومشـاهدي الأنشطة الرياضية، واتبع المنهج الوصفي، وكان من أهم النتائج:

أ- أن هناك تأثير من الصحف والإذاعـة والتلفزيـون علـى كـل مـن المـدرب والمشاهدين للبعد عن الأهواء الشخصية والسياسية.

ب- عدم اهتمام الصحف والإذاعة والتلفزيون بكل أنواع الرياضة.

ج- البرامج الرياضية تهتم بالنشاط الرياضي دون الاهتمام بالنواحي التربوية.

الدراســـة الرابعة :

وهي دراسة عادل حسن[2] . سنة 1991، الهدف منها التعرف علـى الـوعي الرياضـي وعلاقته بالممارسة الرياضية لدى تلميذات جامعة المنيا، واتبع المنهج الوصفي حيث تم اختيار العينة العشوائية من بين الطلاب المنتظمين مع استبعاد الطلاب الراسبين. وكان حجـم العينـة الممثلة بنسبة 10 % من مجموع كل فرقة. وكان من أهم النتـائج أن التلفزيـون مـن أكثـر المصادر للحصول على الوعي الرياضي لطلاب كلية التربية الرياضية مقارنة بـاقي طـلاب الكليات الأخرى.

علاقة الدراسات السابقة بالدراسة الحالية:

بعد عرض البحوث والدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة في مجال اتجاهـات الطلبة نحو الحصص الرياضية بالإذاعة، وبـالرغم مـن اختلافهـا فـي الأهـداف والأدوات ومجتمعات البحث، إلا أن هناك مجموعة من النقاط بإمكاننا التعليق عليها.

---

[1] حسام رفقي: وسائل الإعلام كعامل من العوامل المؤثرة علي إكتساب السلوك الرياضي للجماهير، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية، 1980 م، في سحر محمد وهبي، مرجع سابق، ص 63 .

[2] عادل حسن: الوعي الرياضي وعلاقته بالممارسة الرياضية لدي طلاب جامعة المنيا، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، 1991م، في سحر محمد وهبي، مرجع سابق، ص 64 .

1- ركزت أغلب الدراسات على عينة متمثلة من طلبة وطالبات كليات التربيـة البدنيـة والرياضية.

2- اعتمدت اغلب الدراسات على المنهج الوصفي في إجراء التجربة أو الدراسة.

3- ركزت أغلب الدراسات على دور الصحافة والإذاعة والتلفزيون كوسـائل الإعـلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية دون الوسائل الأخرى.

توظيف الدراسات السابقة في الدراسة الحالية :

لقد تمكنا بفضل الاطلاع على مختلف الدراسات السابقة من :

1- اختيار عينة مجتمع البحث من طلبة وطالبات معهد التربية البدنية والرياضية.

2- اختيار المنهج الوصفي.

3- اختيار وسائل الإعلام ومنها الإذاعة، وتأثيرها في اتجاهات عينة الدراسة.

4- طريقة صياغة بعض أسئلة الاستبيان.

5- اختيار الطرق الإحصائية المناسبة.

ونركز في دراستنا هذه على الاتجاهات.

الفصل الثاني

الاتجاهات : تعريفها، نظرياتها والعوامل المؤثرة فيها

تـمهيد

1- تعريف الاتجاهات

أ – التعريف اللغوي

ب – التعريف الاصطلاحي

2- الاتجاهات وبعض المفاهيم المقاربة في المعنى

3- تكوين الاتجاهات

4- تصنيف الاتجاهات

5- نظريات الاتجاهات

6- العوامل المؤثرة في تكوين الاتجاهات

خلاصة

تمهيد:

في هذا الفصل سوف نتعرض بالدراسة والتحليل لموضوع اعتبـره علمـاء الدراسـات السلوكية والنفسية أنه أهم مواضيع النفس الاجتماعي، بل لقد ذهب البعض إلى اعتباره أنه هـو الميدان الوحيد لذلك العلم، ألا وهو موضوع الاتجاهات النفسية.

ويستند أصحاب هذه الآراء إلى أن جميع الظواهر النفسية الاجتماعية، بسيطة كانـت أم معقدة خاصة أو عامة، تخضع في أساسها لمحددات السلوك الإنساني الذي يواجهه ويسيطر عليه تركيب خاص يسمى" الاتجاه النفسي"، بالإضافة إلى أن القيم والاهتمامات تؤثر بقـدر واضـح وفعال على هذا السلوك.

1- تعريف الاتجاه:

أ- التعريف اللغوي:

الوُجهة :القِبلةُ وشِبْهها فـي كل وجهة أي فـي كل وجـه اسـتقبلته وأخـذت فـيه. وتَـجَهْت إِلـيك أَتْـجَه أي توجهت، لأن أصل التاء فـيهما واو وتَوَجه إِلـيه: ذهب. قال ابـن بري: قال أَبو زيد تَـجِه الرجلُ يَتْـجَهُ تَـجَها.[1]

ب- التعريف الاصطلاحي:

يتفق المفكرون في الميدان على أهمية دراسة الاتجاهات النفسية، ودورها فـي مختلـف الميادين الاجتماعية.

ويتفق علماء النفس والباحثون، على أن تطور أي مجتمع يتطلب دراسة عميقة لقـوانين ونظريات التطور الاجتماعي من جهة، ودراسة الأوضاع السائدة في ذلك المجتمع، لهذا حظيت دراسة الاتجاهات النفسية في المجتمعات المتقدمة بدراسات عديدة نتيجة لقيام سياسات الإصلاح الاجتماعي على أسس قريبة من البحث العلمي لضمان سلامة وفعالية هذه السياسات من حيـث التخطيط والنتائج.

وفيما يلي مجموعة من التعاريف التي تسلط الضوء على مفهوم الاتجاه يقول: (كلينبـرغ) في تعريف الاتجاه: "هو مجموع ما يشعر به الفرد نحو موضوع معين شعورا ايجابيا أو سـلبيا ويشمل فكرة الفرد عن الموضوع ومفهومه عنه وعقائده وانفعالاته وآماله وتطلعاتـه ومخاوفـه وأرائه المتعلقة بهذا الموضوع.."[2].

يعرف (دوبان) الاتجاه بأنه "استجابة ضمنية متوقعة ومؤدية إلى نمـاذج سـلوكية علنيـة ويمكن تحريكها بالعديد من المميزات الناجمة عن التعلم المسبق أو عن القدرة على التجميـع أو التمييز التي تعتبرها في المجتمع الذي يعيش فيه الفرد..".[3]

---

[1] جمال الدين محمد بن مكرم بن منظور، لسان العرب، اتجه =http://www.content.com.sa/Languages/LisanElArab/

[2] عبد الرحمان عيساوي: دراسات في علم النفس الاجتماعي، ط1، دار النهضة العربية، بيروت: 1974. ص، 195.

[3] أبو النبل محمود السيد: علم النفس الصناعي، ط4، دار النهضة العربية، بيروت، 1985، ص، 95.

يعرف (ميشـال) الاتجاه فيقول:"هو الميل إلى الشعور أو السلوك أو التفكير بطريقة محددة إزاء الناس الآخرين أو الموضوعات أو المنظمات أو الأمور ذات الطبيعة البسـيطة ويتكـون الاتجاه من ثلاث عناصر هي: الشعور، السلوك، والتفكير"[1].

ويعرف كل من (كاتز وسولتاند) الاتجاه كما يلي: "هو نزعة الفرد أو استعداده المسبق إلى تقويم موضوع، أو رمز إلى هذا الموضوع بطريقة معينة..".[2]

ويعرف (روكيش) الاتجاه النفسي "هو تنظيم مكتسب له صفة الاستمرار النسبي للمعتقدات التي يعتقدها الفرد نحو موضوع، أو موقف ويهيئه للاستجابة باستجابة تكـون لهـا الأفضـلية عنده".[3]

أما (كامبل) فيقول في تعريف الاتجاه: " هو تعبير عن درجة الاتسـاق فـي الاسـتجابة لموقف أو موضوع معين، فإذا لاحظنا فردين وجدنا الأول يسلك طريقا مختلفة كل مرة يواجـه فيها نفس الموقف، في حين يمكن تفسير التشابه والاتساق في السلوك الثاني بأنه دليل على وجود اتجاهات لديه حيال الموقف بغض النظر عن كون هذه الاتجاهات سالبة أو موجبة..".[4]

نستنتج من خلال التعاريف أنها تجمع على أن الاتجاهات مكتسبة، أي متعلمة من الثقافـة أو الحياة الاجتماعية ككل عن طريق التنشئة الاجتماعية التي هي عملية إعداد الفرد للحياة فـي مجتمعه، ويمكن اعتبار الاتجاهات كتمثيل نفسي لأثار المجتمع والثقافة في داخل الفرد، فـالفرد يكتسب من مجتمعه وثقافته الاتجاهات المناسبة نحو الناس والجماعات، فهي بـذلك ضـرورية لتكوينه كإنسان.

ويعتبر تعريف (وايت بورت) للاتجاهات أهم وأشمل التعاريف:

---

[1] المرجع نفسه: ص، 95.

[2] سعد جلال: علم النفس الاجتماعي، منشورات جامعة قار يونس، بنغازي، 1989، ص، 151.

[3] المرجع نفسه: ص، 151.

[4] المرجع نفسه: ص، 152.

"الاتجاه هو حالة من الاستعداد أو التأهب العصبي والنفسي، تنتظم مـن خـلال خبـرة الشخص وتكون ذات تأثير توجيهي أو ديناميكي على اسـتجابة الفـرد لجميـع الموضـوعات والموقف التي تستشير هذه الاستجابة..".[1]

بعد تقديم هذه المجموعة من التعاريف يمكن أن نعطي تعريفا عامـا أو شـاملا لمفهـوم الاتجاه، ونقول هو تلك الحالة من الاستعدادات النفسية أو العقلية لقبول أو رفض موضوع معين والتي تنشأ من خلال معتقدات وخبرات الفرد، التي اكتسبها عن طريق التعلم والمحاكاة.

هناك تعاريف حاولت تحديد هذا المفهوم، نذكر منها تعريف إبراهيم إسكندر وآخرون .

فالاتجاه عندهم يعبر عن "محصلة استجابة الفرد نحو موضوع ذي صـبغة اجتماعيـة"، وذلك من حيث تأييد الفرد أو معارضته لهذا الموضوع.

(وجرين) الذي يؤكد أن" الاتجاه يخلعه الإنسان ليصف به ترابطا لاستجابات متعددة للفرد الواحد إزاء مشكلة أو موضوع معين".

(و كامبل) الذي يرى أن الاتجاه" هو الترابط الرصين لاستجابات الفرد بالنسبة لمجموعة المشكلات الاجتماعية"[2].

و قد حاول فريق من العلماء ربط الاتجاه بالشخصية مؤكدين أن وظيفة الاتجاه تتمثل في قدرة الحفاظ على توازن الشخصية في موقف اجتماعي معين.

و في هذا الصدد يذكر (آرون) و آخرون أن الاتجاه هو "نسق يسمح بتنظـيم سـلوكات وآراء الأفراد حول ما تقتضيه شخصياتهم، لذلك فهو لا يتحدد فقط بالخبرة الماضية، بل يتحدد من خلال الموقف الحالي للشخصية في مجال اجتماعي معين".

ويلاحظ بأن التعاريف بعيدة عن الغموض، كما أنها تحدد العمليات التي تـربط المفهـوم بالواقع الملموس، أي أنها ترجع الاتجاه إلى الوقائع و الإجراءات القابلة للملاحظـة و القيـاس.

---

[1] مصطفى سويف: مقدمة لعلم النفس، ط.2، المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، 1966، ص، 129.

[2] إبراهيم نجيب إسكندر و مليكة لويس كامل و منصور رشدي: المرجع السابق، ص 295.

- **التعريف الإجرائي:**

و في بحثنا الحالي، نقصد بالاتجاهات معرفة اتجاه الطلبـة نحـو موضـوعات حصـة أستوديو الكرة وكذلك نحو نوعية الحوار ونحو ضيوف الحصة وهذا وفقا لردود أفعـالهم نحـو الأسئلة التي تطرح عليهم في استمارة الاستبيان.

2- الاتجاه وبعض المفاهيم المقاربة في المعنى:

نظرا لوجود بعض الالتباس بين الاتجاه وبعض المفاهيم القريبة منه أو المشابهة له مثل: الرأي، القيمة، والتعصب وحتى يتضح لنا مفهوم الاتجاه أكثر لا بد للتعرض إلى هذه المفاهيم:

أ- الاتجاه والقيمة:

يرتبط مفهوم القيمة بمفهوم الاتجاه كثيرا حتى يصعب في بعض الأحيان الفصل بينهمـا إلا أن هناك مجموعة من الفروق نوجزها فيما يلي:

أ- أن عدد الاتجاهات التي يملكها الفرد تفوق القيم الموجـودة عنـده،يقول: Raukeach 1968 بان نسق القيم عبارة عن تنظيم هرمي، تتسلسل فيه القيم تبعا لأهميتها، فقد تكون الحقيقة والجمال والحرية في قمة نسق القيم عند فرد ما، بينما الاقتصاد والنظافة وغيرها من القيم فـي متوسط أوقاع النسق وقد يكون الوضع مقلوبا عند فرد آخر.[1]

ب- تتميز القيم عن الاتجاهات من ناحية الصلة بالثقافة، إذ أن الثقافة عادة يكون لها قيم معينة ولا نقول أن لها اتجاهات نفسية معينة، فالحاجة إلى التحصيل إذا تميزت بها ثقافـة مـن الثقافات كانت هذه الحاجة من قيم الثقافة، أي من الأهداف ذات الدلالة في هذه الثقافة.

جـ-لما كانت الاتجاهات تتجمع في شكل تكتلات فان القيم هي النواة التي تتجمع حولها هذه الاتجاهات لتوجيه السلوك على مدى طويل للبلوغ إلى هدف له جاذبيته.

---

(1) مصطفى فهمي و محمد القطان: علم النفس الاجتماعي، ط 2، مكتبة الخانجي، القاهرة، 1979، ص، 206

د- قد تؤدي قيمة معينة إلى اتجاهات متعارضة في شخص ما، فالحاجة إلى التحصـيل مثلا قد تؤدي إلى إيمان الفرد بحقه في أن يرفع من مستواه بالمنافسة مع الغير كما قد تؤدي في نفس الوقت إلى ضرورة العمل مع الآخرين لرفع المستوى عند فرد آخر.[1]

ونشير فقط إلى أن هناك جوانب عديدة تفرق بين الاتجاه والقيمة، يصعب حصرها لنوع الدراسة.

ب- الاتجاه والرأي:

إن الفرد يعتنق الرأي لمدة محددة، وغالبا ما يعبر الرأي عن الشعور القومي السائد لدى أفراد المجتمع، وفي الغالب ما يعبر رأي الفرد عما يجب أن يكون عليه الوضع وليس مـا هـو كائن فعلا، والآراء القابلة للتغيير مثل الاتجاهات تماما، إلا أن الاتجاه يتعرض للتغيير بدرجـة أقل عمقا من الرأي.[2] وقد نعتبر أيضا أن اتجاه فرد نحو موضوع ما هو الذي يحكم رأيه فيـه، أي أن الرأي يعتبر إنتاجا للاتجاه.

جـ- الاتجاه والتعصب:

التعصب حكم مسبق على شيء، وهو في حقيقة أمره اتجاها نفسيا له جانب انفعالي شديد يكون ضد الشيء أو مع الشيء، ولا يكون قائما على أساس منطقي أو حقائق ثابتة، والتعصـب كاتجاه يصعب تعديله أو تغييره، لذلك فانه يشكل مشاكل في عملية التفاعل الاجتمـاعي، تعـزل الأفراد فكريا أو اجتماعيا وتحد من تطورهم.[3]

وقد يكون التعصب عنصريا، كالموجود في جنوب إفريقيـا(سـابقا) وغيرهـا، وهـذا التعصب قد يكون ضد جنس ما، كالأفارقة أو الزنوج أو غيرهم مـن الأجنـاس، أو التعصـب الطبقي ضد طبقة عمالية مثلا أو الطبقة البرجوازية أو الرأسمالية، و قد يكون التعصب دينيا كما نلاحظ عند اليهود، وتتميز شخصية الفرد المتعصب بالرفض والنفور والكراهية والرغبـة فـي

---

(1) سعد جلال: المرجع السابق، ص 154

(2) عبد الرحمان عيساوي: المرجع السابق، ص، 163

(3) عباس محمود عوض: علم النفس ، دار الجامعية المعرفة، الإسكندرية، 1944، ص،49

العدوان على ما يتعصب ضده، ويتصف هذا الفرد أيضا بالجمود الفكري وعدم المرونة، ونقول بان التعصب مكتسب ومتعلم ينمو مع نمو الفرد.

إنه كلما نما الإنسان في جانبه النفسي والجسمي كلما نمت اتجاهاته، لهذا فان الاتجاهات التي يكوّنها الفرد غالبا ما تكون شبيهة بتلك التي يكوّنها من يعيشون نفس حياته ولهذا فان تكوين عملية الاتجاهات مهمة في حياة الفرد.

3- تكوين الاتجاهات

لقد حاول علماء النفس وعلماء الاجتماع وضع مراحل معينة يتم عبرها تكوين الاتجاهات، ومن خلال الدراسات المختلفة وجد هناك أربعة مراحل أو أربعة مستويات يتم ضمنها تكوين الاتجاهات ونلخص هذه المراحل فيما يلي:

- في المستوى البسيط أي المرحلة الأولى: لتكوين الاتجاهات توجد قضايا تشير إلى الرأي الذي يبديه الفرد في المناسبات النادرة الحدوث والتي تعبر بالضرورة عن شعور الفرد الحقيقي وتعبر حتى عن ميل عابر في موقف عابر، كما يحدث عند إبداء الفرد استحسانه لنوع الشراب المقدم في حفل أو نوع الطعام أو غيرها.

- في المرحلة الثانية: وعلى مستوى أعلى من الأول ربما يبدي الفرد نفس العبارات للإعجاب والاستحسان وهذا في كل مناسبة يعيد فيها الوقوع في نفس الموقف الذي مر به، وإذا تكرر ذلك فان خبرة الفرد بذلك الشراب أو ذلك الطعام تزداد، فإذا دخل إلى المطعم طلب ذلك الطعام أو ذلك الشراب دون غيره.. .[1]

- المرحلة الثالثة: تتمثل في تجمع عدد من الاتجاهات الفردية وترابطها في شكل اتجاه واحد حيث تتكامل الخبرات السابقة وتتناسق في وحدة كلية ثم تتميز هذه المجموعة من الخبرات بانفرادها عن غيرها من الخبرات الخاصة بمواضيع وأشياء أخرى.

---

[1] عبد الرحمان عيساوي: المرجع السابق، ص، 146

- المرحلة الأخيرة: على المستوى الرابع ترتبط مجموعة من المواقف وتكوّن اتجاها في المرتبة العالية، ثم تعميم هذا الاتجاه وتطبيقه على الحالات والمواقف التي تواجه الفـرد والتـي تدور حول هذا الموضوع.[1]

4- تصنيف الاتجاهات:

لقد قسم أو صنف علماء النفس والمختصون في دراسة الاتجاهات هذه الأخيرة إلى:

أ- الاتجاه العام والاتجاه النوعي:

الاتجاهات العامة تلك التي تنصب على الكليات، أما الاتجاهات النوعية فهي تنصب على النواحي الذاتية، ودلت الأبحاث التجريبية دلالة صريحة على وجود الاتجاهات العامة، فأثبتت أن الاتجاهات الحزبية السياسية تتسم بصفة العموم، فسأل عدد كبير مـن المحـافظين والأحـرار لمعرفة اتجاهاتهم نحو التعصب العنصري والتعصب القومي والاسـتعمار والتسـلح والسـلام العالمي، فاستمر المحافظون في اتجاهاتهم للمحافظة طوال الإجابة على أسئلة الاستفتاء واستمر الأحرار أحرارا في اتجاههم.

ويلاحظ أن الاتجاهات العامة أكثر ثبوتا واستقرارا من النوعية، وتلك النوعيـة مسـلكا يخضع في جوهره لإطارات الاتجاهات العامة وبذلك تعتمد النوعية على العامة وتشتق دوافعهـا منها.[2]

ب- الاتجاه الموجب والاتجاه السالب:

الاتجاهات التي تنحو بالفرد نحو شيء ما تسمى اتجاهات موجبة، والاتجاهـات التـي تجنح بالفرد بعيدا عن شيء آخر تسمى اتجاهات سالبة[3] كاتجاه الحب والاحتـرام فهـو اتجـاه موجب أما الاتجاه السالب كالكراهية والنفور وغيرها، والاتجاه الايجابي هو الذي يجمع شـمل

---

[1] المرجع نفسه، ص، 146

[2] محمد مصطفى زيدان: علم النفس الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1984، ص، 173

[3] المرجع نفسه، ص، 172

الأفراد نحو موضوع معين، ليقربهم منه، أما الاتجاه السلبي فهو الذي يفكـك الجماعـة ببعـد أفرادها عن ذلك الموضوع.[1]

ج- الاتجاه القوي والاتجاه الضعيف

تنقسم الاتجاهات بالنسبة إلى شدتها إلى اتجاهات قوية وأخرى ضعيفة، ويبـدو الاتجـاه القوي في موقف الفرد من هدف الاتجاه موقفا حادا لا رفق فيه ولا هوادة، فالذي يرى المنكـر فيغضب ويثور ويحاول تحطيمه بيده وبقوله وبتفكيره، إنما يفعل اتجاها قويا حادا قد ملك عليه شعاب نفسه، والذي يقف من هدف الاتجاه موقفا ضعيفا رخوا خانعا مستسلما إنما يفعل ذلك لأنه لا يشعر بشدة الاتجاه، كما يشعر بها الفرد السابق.[2] كاتجاهنا بالحب والكراهية نحو موضوع ما بصفة شديدة، فهذا اتجاه قوي، والاتجاه الضعيف كأن نحب أو نكره.

د- الاتجاه السري والاتجاه العلني:

الاتجاه السري يحاول الفرد إخفاءه عن غيره في بعض المواقف والذي قد يكون مخالفـا لمعايير الجماعة ويحتفظ بها في قرارة نفسه، بل ينكرها أحيانا حيث يسأل عنها مثل الاتجاهات الاشتراكية في الدول الرأسمالية (سابقا)، وهذا الاتجاه عكس الاتجاه العلني حيث أن الفرد فيـه يعلن اتجاهه دون خوف أو حرج وهو غالبا ما يتفق مع معايير الجماعة.[3]

هـ- الاتجاه الفردي والاتجاه الجماعي:

فقد يكون الاتجاه جماعيا عندما يكون الوضع مشتركا وواحدا عند كثير من الناس مثـل: اتجاه العرب نحو حب القومية العربية والوحدة واتجاههم نحو" قضية فلسطين" في وقت مضـى وقد يكون الاتجاه فرديا مثل: حب الفرد لأصحابه دون غيرهم من الأفراد.

---

(1) عبد الرحمان عيساوي: المرجع السابق، ص، 201

(2) محمد مصطفى زيدان: المرجع السابق، ص، 173

(3) عباس محمود عوض: علم النفس الاجتماعي، دار النهضة العربية، بيروت، 1980، ص، 36

5- نظريات الاتجاهات:

يؤكد أرنوف ويتيج (1994، ص.326) أن هناك نظريتين من خلالهما يمكن تفسير المواقف التي تتضمن الاتجاهات المختلفة التي تخذها الأفراد، و هي كالتالي:

أ- نظرية التعرض للمثير:

ولقد توصل إليها من خلال عدد من الدراسات التي تناولت الاتجاهات، وهي تؤكد على أن تعرض الفرد لمثير معين بصورة متكررة يكون استجابة أكثر إيجابية إزاء ذلك المثير.

ب- نظرية التنافر المعرفي:

ومؤداها أن الفرد قد يتعرض لمثير معين في عدد من المواقف المتباينة، فإذا اختلفت هذه المواقف بصورة جوهرية فإنه يتعلم اتجاهات متعارضة إزاء نفس المثير الذي يفسر كما أطلق عليه "التنافر المعرفي" و كما هو الحال في سائر مواقف الصراع التي يتعرض لها الفرد نجده يحاول تقليل هذا التنافر المعرفي، بتغيير إحدى الفكرتين التي يعتنقها إزاء المثير الواحد حتى يجعلها تسير في نفس اتجاه الفكرة الأخرى.

6- العوامل المؤثرة في تكوين الاتجاهات:

إن تكوين الاتجاهات يتأثر بعوامل ثقافية كما قلنا من قبل كعامل الجماعة التي ينتمي إليها الفرد، وكل هذه تؤثر في تكوين الاتجاهات بشكل متكامل، ومن أهم هذه العوامل نجد:

أ- طبيعة الانتماء الجماعي:

تشكل الاتجاهات لدى الفرد عن طريق تأثير الجماعة التي ينتمي إليها، والتي يكنّ نحوها مشاعر ولاء عميقة، ومن ثم تعكس اتجاهاته وقيم الجماعة ومعتقداتها. ولذلك يهتم المختصون في علم النفس الاجتماعي بعملية تكوين الاتجاهات ومعايير الجماعة التي تساهم في هذه العملية إذا كانت لا تتناقض مع المعايير العامة وكانت محل قبول كل أفراد الجماعة.[1] وكذلك يتوقف

---

[1] محمد علي شهيب: السلوك الإنساني في التنظيم، دار النهضة الحديثة، القاهرة، 1976، ص، 278

مدى تأثير الجماعة في عملية تكوين الاتجاهات، لأن كبر حجم الجماعة يؤدي إلى وجود تناقضات وخلافات داخل هذه الجماعة.

وكذلك يتوقف تأثير الجماعة في تكوين الاتجاهات على طبيعة السلطة وأسلوب العمل السائد داخل الجماعة، بغض النظر عن كونها رسمية أو غير رسمية.[1] ولعل من الجماعات الأكثر تأثيرا في تكوين الاتجاهات لدى الفرد نجد الاسرة كأول جماعة يعيش في ضمنها الإنسان، وبعدها ينتقل إلى جماعات أخرى كجماعة الأصدقاء والمدرسة وبعدها جماعات العمل وغيرها من الجماعات.

ب- مقاومات شخصية فردية:

تعكس اتجاهات الفرد مقاومات شخصية بالرغم من تأثير الجماعة في تكوين اتجاهات أفرادها، إلا أننا نجد اتجاهات خاصة بكل فرد، ومردها هو وجود الفروق الشخصية بين الأفراد، فالأطفال في أمريكا مثلا يلقون منذ الصغر توجيهات اجتماعية تجعلهم يتصرفون تصرفات معينة عند الكبر وهذا ما يخص قضية التمييز بين البيض والسود، مثال ذلك تلك الفتاة التي سمعت الباب يقرع فذهبت الأم لترى هذه السيدة ثم عادت لتقول لابنتها أنها ليست سيدة يابنيتي أنها مجرد زنجية.[2] فمن هنا تكوّن هذه الفتاة اتجاها معينا نحو الزنجيات وهكذا تصبح هذه الحالة خبرة تدخل في تكوين مقومات الشخصية.

ويشير احمد زكي صالح هنا إلى أن الاتجاهات تتكون عن طريق الخبرات الانتقالية المختلفة، فإذا كانت الخبرة الانفعالية الناجمة عن موقف معين سلبية كان الاتجاه الناتج سلبيا والعكس.[3]

---

(1) عبد الرحمان عيساوي: المرجع السابق، ص، 157

(2) المرجع نفسه، ص، 145.

(3) احمد زكي صالح: علم النفس في إدارة الصناعة، دار النهضة الحديثة، القاهرة، 1979، ص، 137.

جـ- وسائل الاتصال الجماعي:

تلعب هذه الأخيرة دورا فعالا في تكوين الاتجاهات، حيث يتم التعرف من خلالها على كثير من الحقائق والآراء والمعلومات عن جميع موضوعات الحياة وظروف الناس وقضاياهم، والتي يترتب عليها تعرف الفرد في تكوين الاتجاه لديه نحو هذه الموضوعات.

وتلعب وسائل الإعلام دورا فعالا في تغيير الاتجاهات كالراديو التلفزيون والصحف وغيرها، وذلك بتغذيتها للإطار المعرفي للفرد وتطويره مما يؤدي به إلى تعديل اتجاهه أو تغييره تماما، ويتوقف تأثير الرسالة الإعلامية على مدى تطابقها مع قيم ومعتقدات وأفكار الفرد للمواقف التي تعالجها الرسالة الإعلامية، وتكون اقل فعالية إذا كان الفرد يعارض الموقف الذي تدعو إليه وسائل الإعلام، وبالتالي تعجز عن تغيير اتجاهاته نحو ذلك الموقف.[1]

د- الميل السلوكي:

إن الميل السلوكي يشير إلى انه إذا تعرف الفرد على موضوع ما ثم أعقب عملية التفاعل معه شعورا محددا ايجابيا أو سلبيا حسب ما يثار في النفس الإنسانية من خبرات سارة أو مؤلمة، فإن الإنسان يكوّن ميله أو يسلك سلوكا محددا اتجاه هذا الموضوع.[2]

هـ- إشباع الحاجات:

تتكون الاتجاهات عن طريق إشباع الحاجات الفيزيولوجية مثل المأكل والمشرب والمأوى، فنلاحظ من خلال ذلك أن نمو الاتجاهات يكون من خلال عملية إشباع الحاجات.[3]

---

[1] المرجع نفسه، ص، 160.

[2] عبد الرحمان عيساوي: المرجع السابق، ص، 202.

[3] أحمد زكي صالح: المرجع السابق، ص، 137.

خـلاصـــة

يرى الباحثون في سيكولوجية الشخصية بأنها مجموعة الاتجاهات النفسية التي تتكـون عند الشخص فتؤثر في عاداته وميوله وعواطفه وأساليب سلوكه كلها، كما أنه على قدر توافـق هذه الاتجاهات النفسية وانسجامها تكون قوة الشخصية وعلى قدر فهمنا لاتجاهات الشخص يكون فهمنا لحقيقة شخصيته.

وحسب رأينا فان الاتجاه تتحكم فيه عدة عوامل ، الخبرات الجديدة و المسـتوى الثقـافي والتعليمي و الظروف الاجتماعية من خلال تفاعله مع بيئته، أو بالاعتماد على مستوى الاتجـاه، ولهذا ينبغي أن نؤثر عليه بقوى خارجية، بهدف تغيير اتجاهه، و يتم هذا عن طريـق وسـائل وأساليب متنوعة، كالدعاية والإعلام، أو استعمال محفزات مادية، إلى ذلك من أساليب مختلفـة ومتنوعة.

و بما أن الاتجاهات تختلف من حيث بساطتها و تعقيدها، فالبسيطة سهلة التغييـر، أمـا المعقدة التي تصبح على شكل سمة فهي تمتاز بالقدرة على مقاومة التغيير، و هذا الأخير يرتبط بدرجة تعقد الموقف.

وخلاصة القول أن الاتجاهات مكتسبة، و اكتسابها يتم عن طريق التعلم و تؤثر فيها عدة عوامل من بينها وسائل الإعلام.

الفصل الثالث

الإعلام الرياضي: طبيعته، خصائصه وأنواعه

تمهيـد

إن للإعلام الرياضي انعكاس دقيق على الحياة الرياضية، فالنظرة الأكثر شمولية وعمقا للحياة الرياضية، و المستندة إلى معطيات العلم الرياضي فـي مجالاتـه المختلفـة، وضـعت الصحافة الرياضية أمام مسؤوليات جديدة. ومن خلال دراسة الإبداع في الممارسة الرياضـية، وعبر الاستفادة من معطيات العلوم المختلفة، استطاع البـاحثون صـياغة نظريـات علميـة، يستخدمها القائمون على الرياضة لإغناء الممارسة الرياضية بجوانبها المختلفة. وهكذا يتـوفر لدينا تراث نظري غني من: علم النفس الرياضي، وعلم الاجتماع الرياضي، والطب الرياضي، وعلم الأخلاق الرياضي....و..الخ [1].

وفي هذا الفصل نقوم بعرض لأهمية الإعلام الرياضي وأهدافه ونظرياته وأنواع تأثيره على مستقبل الرسالة الإعلامية، وفي الأخير نتحدث عن مجمل التغيرات التي حصـلت داخـل المنظومة الإعلامية الرياضية بأقسامها وفروعها المختلفة.

---

[1] خضور أديب : "الإعلام الرياضي"، دراسة علمية للتحرير الرياضي في الصحافة ، الإذاعة و التلفزيون، طـ 1، المكتبـة الإعلامية، دمشق، 1994، ص 4.

1- تعريف الإعلام الرياضـي:

هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية، وشـرح القواعـد والقـوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور، ويهدف لنشر الثقافة الرياضـية بـين أفـراد المجتمع لتنمية وتوعية الرياضي، وهو جزء من الإعلام الخاص، لكونه يهتم بقضايا وأخبـار الرياضة والرياضيين [1].

2- التطور التاريخي لوسائل الإعلام:

لقد مرت وسائل الإعلام بمراحل كثيرة عبر التاريخ حتى وصلت إلى الصورة التي هي عليها الآن في وقتنا الحاضر، و هذا يرجع إلى تغير هذه الوسائل من عصر إلى آخر.

فقد كانت وسائل الإعلام في الأزمنة القديمة طبولا تسمع في أدغال إفريقيـا، و دخـان يصعد في بلاد الهند، و نيران تسطع في صحراء العرب، و حمائم تطلق في عهـود الخلفـاء والسلاطين، و خيولا تسبق الريح في توصيل الأنباء الهامة من بلد إلى آخر. و معني ذلـك أن وسائل نقل الأخبار كانت كثيرة و متنوعة في العصور القديمة، كما كان القائمون بنقل الأخبـار كثيرون أيضا، ثم خضعت هذه الوسائل الإعلامية لأطوار متعددة بعد ذلك حتى عرفت بأنواعها التي نألفها الآن[2].

بعد قيام الثورة الصناعية وما صاحبها من اكتشافات واختراعات أفادت الإنسانية كثيـرا كاختراع المطبعة ومستلزماتها مثلا، اتخذت وسائل الإعلام صورة جديدة، ثم حـدثت الثـورة الثالثة في مجالات الإعلام بظهور المخترعات الحديثة ومنها الراديو والتلفزيون والسينما، ومع ظهور شبكة الإنترنت حدثت الثورة الرابعة في مجال الإعلام، حيث نقلت العالم نقلة حضـارية كبيرة في المجال الإعلامي، وخاصة بعد ظهور الإذاعة والتلفزيون على الشبكة. ومـن أبـرز وسائل الإعلام الحديثة التي عرفتها البشرية ما يلي:

---

(1) المرجع نفسه ، ص 77.

(2) خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحمان : "الإعلام الرياضي"، ط 1، مركز الكتاب للنشر ، الجزء الأول ، القاهرة ،1998، ص 15.

- الحوار أو الحديث.
- السينما
- التلفزيون والفيديو
- الإذاعة
- التليفون و الفاكس
- الصحف
- المجلات
- الكتب
- لوحات الإعلانات
- الكمبيوتر و شبكة المعلومات[1]

3- أهمية الإعـلام الرياضي ووظائفه:

أ- أهمية الإعلام الرياضي:

يعتبر الإعلام الرياضي قديما وحديثا بمثابة المدرسة العامة التي تواصل عمل المؤسسات الرياضية المختلفة كالأندية ومراكز الشباب، بل والتعليمية بمراحلها المختلفة، وتتجاوز فتقـرّب الفروق بين الناس عن طريق ما تنشره من خبرات تعدّل من سلوكهم كبارا أو صـغارا، بمـا يتلاءم مع القيم والتقاليد الرياضية السليمة.

وللإعلام الرياضي دور متشعب في المجتمع، ظهر بجلاء بعد انتشاره على نطاق واسع في القرن العشرين، لذلك أخذت الحكومات على اختلاف سياسـاتها الفكريـة تخصـص لهـا الصحف والقنوات الإذاعية والتليفزيون، وتوجهها نحو أهدافها الداخلية، من حيث رفع مسـتوى الثقافة الرياضية للجمهور، وزيادة الوعي الرياضي لهم، وتعريفهم بأهمية دور الرياضـة فـي حياتهم العامة والخاصة.

واستخدامها أيضا للوصول إلى أهدافها الخارجية، من حيث تعريـف العـالم بحضـارة شعوبها الرياضية، والذي يعكس بدوره رقي هذه الدول و تقدمها في شتى المجالات، وفي ظـل

([1])المرجع نفسه ، ص 18 - 19.

التقدم العلمي والتكنولوجي الكبير والسريع في المجال الرياضي، تبرز أهمية الإعلام الرياضي وضرورة إحاطة الفرد بالمجتمع، وكل ما يدور به من أحداث وتطورات في هذا المجال، وذلك في ظل الزيادة الكبيرة لأفراد المجتمع، وبالتالي صعوبة الاتصال المباشر بمصادر المعلومـات وأخبار الرياضيين [1] .

ومن هنا تتضح أهمية الإعلام الرياضي في القيام بواجبه، هذا بالإضـافة إلـى زيـادة مصادرها وتشابك المجال الرياضي بالمجالات الأخرى، سواء الاقتصـادية أو الاجتماعيـة أو السياسية، وعدم قدرة الفرد على ملاحقة ومتابعة هذا التدفق من المعلومات، والذي يعـد أمـرا صعبا، فأقل ما يوصف به هذا العصر هو أنه عصر المعلومات، نتيجـة للتقـدم الـذي لحـق بالكمبيوتر والأقمار الصناعية وظهور شبكة المعلومات الإنترنت. ومن هنـا تبـرز الحاجـة الضرورية والملحة في قيام الإعلام الرياضي بالتغلب على هذه الصعوبات بما يساعد جمهـور الرياضة على استيعاب كل ما هو جديد في المجال الرياضي و التجاوب معه [2].

ب- وظيفة الإعلام الرياضي:

تكمن وظيفة الإعلام الرياضي الرئيسية في إحاطة الجمهور علما بالأخبار الصـحيحة، والمعلومات الصادقة الواضحة، والحقائق الثابتة والموضوعية التي تساعد على تكوين رأي عام صائب.

4- أهداف الإعلام الرياضي:

- نشر الثقافة الرياضية، من خلال تعريف الجمهـور بالقواعـد و القـوانين الخاصـة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة و التعديلات التي قد تطرأ عليها.

- تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها، حيث أن لكـل مجتمـع نسق قيمي يشكل ويحدد أنماط السلوك الرياضي المتفق مع تلك القيم والمبادئ، لأن التوافق سمة من سمات المجتمع.

([1])خضور أديب:المرجع السابق، ص 5.

([2]) خير الدين عويس، عطا الله عبد الرحيم: المرجع السابق، ص 22-23.

. نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة، ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها، لكي تكون أمام الرأي العام في المجال الرياضـي، وإعطـاء الفرصة لاتخاذ ما يراه من قرارات تجاه هذه القضايا أو تلك المشكلات، وهـذه هـي أوضـح أهداف الإعلام الرياضي التي ترمي إلى توعية الجمهور رياضيا من خلال إمدادهم بالمعلومات التي تستجد في حياتهم على المستويين المحلي والدولي.

. الترويح عن الجمهور وتسليته بالأشكال والطرق التي تخفف عنه صـعوبات الحيـاة اليومية[1].

5- خصائص الإعلام الرياضي والحاجات النفسية:

أ- خصائص الإعلام الرياضي:

- الإعلام الرياضي يتضمن جانبا كبيرا من الاختيار، حيث أنه يختار الجمهـور الـذي يخاطبه ويرغب في الوصول إليه، فهذا مثلا برنامج إذاعي رياضي موجه لجمهور كرة القـدم، وهذه مجلة رياضية خاصة بكرة السلة، وهذا حديث تليفزيوني موجه إلى جمهـور كـرة اليـد وهكذا.

- الإعلام الرياضي يتميز بأنه جماهيري له القدرة علـى تغطيـة مسـاحات واسـعة، ويخاطب قطاعات كبيرة من الجماهير.

- الإعلام الرياضي في سعيه لاجتذاب أكبر عدد من الجمهـور، يتوجـه إلـى نقطـة متوسطة افتراضية يتجمع حولها أكبر عدد من الناس باستثناء ما يوجه إلى قطاعات محددة من الناس، كالبرامج الرياضية للمعوقين.

- الإعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية يستجيب إلى البيئة التي يعمـل فيها بسبب التفاعل بينه وبين المجتمع، و حتى يمكن فهمه لهذا المجتمع لابد له أولا من وسائل

([1])المرجع نفسه ، ص 24.

إعلامية رياضية تتلاءم مع القيم و العادات السائدة في المجتمع، فالإعلام الرياضي بمثابة المرآة التي تعكس صورة و فلسفة هذا المجتمع [1].

ب - الإعلام الرياضي و الحاجات النفسية:

لكي ينجح الإعلام الرياضي، و لكي تحظى الرسـالة الإعلاميـة الرياضـية بـالقبول والاهتمام لدى الجماهير، لابد أن يسعى إلى إشباع الحاجات النفسية لهذا الجمهور، وأن يهـدف إلى تلبية رغباتهم، وتحقيق فائدة ملموسة لديهم في حياتهم اليومية.

ومن أهم هذه الحاجات التي يمكن للإعلام الرياضي أن يشبعها:

- الحاجة إلى المعلومات والمعارف الرياضية.
- الحاجة إلى الأخبار الآتية (مشكلات الساعة) في المجال الرياضي.
- الحاجة إلى معرفة القواعد واللوائح المنظمة للهيئات الرياضية.
- الحاجة إلى الإلمام بالقوانين الخاصة بالألعاب الرياضية المختلفة.
- الحاجة إلى دعم الاتجاهات النفسية نحو الرياضة، وتعزيز المعايير والقيم و المفـاهيم الرياضية، أو تعديلها بما يواكب التطور العلمي والتكنولوجي في المجال الرياضي[2].

6- نظريات الإعلام الرياضي:

أ- نظرية التأثير المباشر أو قصير المدى:

ترى هذه النظرية أن علاقة الفرد بمضمون المواد الإعلامية للإعـلام الرياضـي هـي علاقة تأثير مباشر وتلقائي، فالإنسان الذي يتعرض لأي مادة إعلامية في الإعلام الرياضـي، صحفية كانت أو تليفزيونية أو إذاعية، فإنه يتأثر بمضمونها مباشرة، و خلال فترة قصيرة.

ب- نظرية التأثير على المدى الطويل أو التراكمي:

([1])المرجع نفسه، ص 25.

([2]) المرجع نفسه، ص 86.

يرى هذا الاتجاه أن تأثير ما تعرضه وسائل الإعلام في المجال الرياضي على الجمهور يحتاج إلى خبرة طويلة حتى تظهر آثاره، من خلال عملية تراكمية ممتدة زمنيا، تقـوم علـى تغيير المواقف والمعتقدات والقناعات الرياضية وليس على التغيير المباشر في سلوك الأفراد.

إن الإنسان يحتاج إلى زمن طويل حتى يغير نمط تفكيره وأسلوب حياته وطريقة تعامله مع الأشياء الموجودة في البيئة المحيطة به، واستمرار تعرضه عبر وسائل الإعلام الرياضـي إلى أفكار وقيم رياضية تختلف وأسلوب حياته التي اعتاد عليها، يؤدي به إلى تبني بعض تلـك الأفكار أو القيم الرياضية، ويغير في أسلوب حياته متأثرا بما يعرض عليه، وبدرجة تختلف من فرد إلى آخر حسب تركيبة شخصيته وحالته النفسية والبيئية الاجتماعية التي يعيش فيها، وكذلك نوع الوسيلة الإعلامية التي يتعرض لها، ومضمون وأهداف وسياسة كل منها [1].

جـ - نظرية التطعيم و التلقيح:

اشتق اسم هذه النظرية وفكرتها من الفكرة نفسها التي يقوم على أساسها التطعـيم ضـد الأمراض، فالجرعات المتتالية من المفاهيم والقيم الرياضية التي نتلقاها من الإعلام الرياضـي، تشبه الأمصال التي نحقن بها لكي تقل أو تنعدم قدرة الجراثيم على التـأثير علـى أجسـامنا. فاستمرار تعرض الجمهور لمشاهدة العنف والجريمة التي تحدث في الملاعب الرياضية مـثلا، يخلق لديهم نوع من اللامبالاة تجاهها وعدم النفور منها.

فالرياضة أسمى من أن تكون ساحة للقتال أو النزال بين المتنافسين، وإنما هـي تعمـل على خلق المواطن اللائق اجتماعيا ونفسيا وبدنيا وعقليا وانفعاليا.

وملخص هذه النظرية أن الرسالة الإعلامية مهما كان نوعها، تؤثر في المتلقي لها تأثيرا مباشرا، كما لو أنه حقن بإبرة مخدرة أو أطلقت عليه رصاصة [2].

([1])المرجع نفسه ، ص 29-30.

([2])المرجع نفسه، ص 31.

د- نظرية التأثير على مرحلتين:

ويقصد بذلك انتقال المعلومات على مرحلتين، حيث ترى هذه النظرية أن تأثير وسائل الإعلام في المجال الرياضي على الجمهور يتم بشكل غير مباشر و يمر بمرحلتين:

المرحلة الأولى:

هي ما تبثه أو تنشره وسائل الإعلام في المجال الرياضي للجمهور، فالذي نتلقفه مباشرة من وسائل الإعلام قد لا يؤثر، بل قد لا نعير أدنى اهتمام للرسائل التي تبثها وسائل الإعلام عند تلقينا لها، وبتلقينا هذا للمعلومات تنتهي المرحلة الأولى.

المرحلة الثانية:

يبدؤها ما يسميهم علماء الاتصال بقادة الرأي في المجتمع، وهم كل الأشخاص البارزين داخل التجمعات الصغيرة في المجتمع، كجماعات الأصدقاء والزملاء في النادي، أو الفريق والأقارب. قادة الرأي هؤلاء هم بعض أصدقائنا أو أصحابنا أو ذوي الرأي فينا.

فالذي يحدث أن هؤلاء القادة، قد شاهدوا نفس الذي شاهدناه أو قرءوا نفس الذي قرأناه، فبدءوا بالحديث عنه بطريقة تنبهنا إلى أشياء لم نتفطن لها، وبأسلوب أكثر إقناعا من الطريقة التي عرضتها وسيلة الإعلام، وقائد الرأي قد يكون له من النفوذ المادي أو الأدبي أو كليهما ما يجعلنا نقبل تفسيره ورؤيته الخاصة للرسالة الإعلامية، مما قد يؤدي إلى تأثرنا بكل جزء من مضمون تلك الرسالة.

ومن خلال معرفتنا بطبيعة هذه النظرية وفقا لمفهومها ودرجة تأثيرها، نأخذ الحيطة والحذر، لا من المادة الإعلامية فقط، أو الرسالة الإعلامية التي يبثها الإعلام الرياضي، بل يجب أن نعمل الحساب لقادة الرأي والأصدقاء، وهنا يبرز دور المؤسسات الرياضية والمؤسسات الاجتماعية وخاصة الأسرة، على توجيهها للأبناء في اختيار أو انتقاء جماعة الأصدقاء وفقا لضوابط ومعايير اجتماعية معينة.

هـ- نظرية تحديد الأولويات:

استعير اسم هذه النظرية من فكرة جدول الأعمال الذي يبحث في اللقاءات والاجتماعات، وفكرة النظرية تقوم على محاكاة هذا الجدول الذي ترتب فيه الموضوعات محل المناقشة بناء على أهميتها.

وجدول أعمال الإعلام الرياضي هو ما يبثه من برامج و ما يعرضه من مواضيع رياضية، حتى ليبدو لجمهور القراء والمشاهدين أو المستمعين أن هذه البرامج والمواضيع أولى من غيرها بالاهتمام. فحينما ينشر الإعلام الرياضي وسائل إعلامية معينة، فإنه يوحي للمشاهد أو للقارئ أنه لا شيء يستحق الاهتمام في هذا العصر أكثر مما يقرأ أو يسمع أو يشاهد، كما أن الحيز الذي يوفره الإعلام الرياضي عن جدول أعماله لموضوع رياضي معين دليل أهمية هذا الموضوع، فتركيز الإعلام الرياضي على رياضة معينة ككرة القدم مثلا، يجعل أفراد المجتمع يشعرون بأنه لا يحدث في المجال الرياضي سوى مباريات الكرة، و أنه لا شيء يستحق الاهتمام سواها[1].

و- نظرية حارس البوابة:

أتت فكرة هذه النظرية من عمل الحارس الذي يقف على البوابة، فيدخل من يشاء و يمنع من يشاء، وغالبا ما أن هذا التحكم في تدفق المواد الإعلامية للجمهور يقوم به رجل الإعلام كحارس يقف على بوابة الجماهير، ويسمح بتمرير مواد إعلامية معينة لهم، و يحدد لهم ما يجب أن يقرؤوه أو يشاهدوه أو يسمعوه.

ولأن وظيفة هذا الدور ذات طبيعة مزدوجة، فحارس البوابة في الوقت الذي اختار أن ينشر لهم شيئا معينا استحسنه هو، فإنه وفي نفس الوقت يحرمهم من قراءة أو مشاهدة شيء آخر.

لذا فإن الفرد عليه ألا يعتمد في استقاء معلوماته على وسيلة إعلامية واحدة فقط، بل عليه أن يتابع و يطالع كل ما يصدر في الكثير من الوسائل، فالذي ينشر في صحيفة ما قد لا تنشره صحيفة أخرى.

---

(1) المرجع نفسه، ص 34.

ومن ناحية أخرى، يجب أن يتحلى رجال الإعلام الرياضي بالأمانة أو الموضوعية فـي تناولهم للأحداث والموضوعات الرياضية التي تحدث في المجال الرياضي، ووضع الأمور في نصابها الصحيح، بما يضمن تقديم خدمة إعلامية متميزة تحظى بثقة وتأييد الجمهور [1].

ز- نظرية الاستخدامات و الإشباع:

هذه النظرية تنظر إلى العلاقة بين الإعلام الرياضي وجمهوره بشـكل مختلـف عـن النظريات السابقة، فالإعلام الرياضي في هذه النظرية هو الذي يحدد للجمهور نـوع الوسـائل الإعلامية التي يتلقاها والتي يستخدمها من أجل إشباع رغباته، فهو بذلك يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي يعرضها. لذا ترى هذه النظرية أن الجمهور يسـتخدم المـواد الإعلامية الرياضية لإشباع رغبات معينة لديه. ونظرية الاستخدامات والإشـباع تنطلـق مـن مفهوم شائع في علم الاتصال وهو مبدأ التعرض الإخباري، وتفسيره أن الإنسان يعرض نفسـه اختياريا لمصدر المعلومات الذي يلبي رغباته ويتفق وطريقته في التفكير.

كما أن نظرية الاستخدامات والإشباع يكون لها تأثير إيجابي في المجتمع الرياضي طالما أن ما يقدمه الإعلام الرياضي في المجتمع خال من العنف والعدوان، ويعمل على كبح الخيالات المريضة، بمعنى عدم مسايرتها للسلوكيات المريضة أو المنحرفة [2].

7 - أنواع الإعلام الرياضي وتأثيراته:

أ- أنواع الإعلام الرياضي:

لقد تعددت أنواع الإعلام الرياضي وتعددت أشكاله، ويمكن تصنيف هذه الأنواع كالتالي:

- الإعلام الرياضي المقروء: وهو الذي يعتمد على الكلمة المكتوبـة مثـل الصـحف والكتب والمجلات والنشرات والملصقات.

- الإعلام الرياضي المسموع: وهو الذي يعتمد على سمع الإنسان مثل الراديو وأشرطة التسجيل ووكالات الأنباء.

([1]) المرجع نفسه ، ص 137.

([2]) المرجع نفسه، ص 38.

- الإعلام الرياضي المرئي: وهو الذي يعتمد على بصر الإنسان مثل السينما والفيديو وشبكة المعلومات (الإنترنت) وأحيانا يطلق عليه اسم الإعلام الرياضي المرئي المسموع لأنه يعتمد على حاستي السمع والبصر في آن واحد.

- الإعلام الرياضي الثابت: وهو الذي يتوجه إليه الناس للإطلاع عليه مثل المعارض والمؤتمرات والمسارح[1].

ب - أنواع تأثير الإعلام الرياضي :

هناك عدة أنواع من التأثيرات يمكن أن يحدثها الإعلام الرياضي في الجمهور وذلك كالتالي:

- **تغيير الموقف أو الاتجاه الرياضي**:

تشكيل موقف الجمهور ضد جمهور النادي الآخر، مستغلا في ذلك على سبيل المثال انتقال أحد اللاعبين، ويقصد بالموقف رؤية الإنسان لقضية أو لشخص ما، وشعوره تجاهه، وبناءا على هذا الموقف يبنى الإنسان حكمه على الأشخاص الذين يصادفهم، والقضايا التي يتعرض لها.

هذا الموقف قد يتغير سلبا أو إيجابا، رفضا أو قبولا، حبا أو كرها، وذلك بناء على المعلومات أو الحيثيات التي تقدم للإنسان[2].

والإعلام الرياضي لديه القدرة من خلال ما يبثه من معلومات رياضية على تغيير النظرة الضيقة من جانب البعض للرياضة، حيث يعتبرونها مضيعة للوقت، من خلال قدرته على تغيير مواقفهم تجاه بعض الأشخاص الرياضيين، والقضايا الرياضية المعاصرة، فيتغير بالتالي حكمهم على هؤلاء الأشخاص و تلك القضايا.

([1]) المرجع نفسه، ص 91.

([2]) محمد عبد الرحمان الضيف: تأثير وسائل الإعلام، دراسة في النظريات و الأساليب، مكتبة العبيكان، الرياض، 1994، ص ص 30-35.

فمثلا حين يمدنا الإعلام الرياضي بعشرات الأحداث و المواقف عـن إحـدى الفـرق الرياضية وما يظهره أعضاءها من عنف داخل الملعب، كالاعتراض على قرارات الحكـام، أو الاعتداء عليهم، أو الاعتداء على لاعبي الفريق الآخر، أو غير ذلك من مظاهر العنف[1].

تكون النتيجة أن القارئ قد يغير موقفه من هذا الفريق، ويصبح هذا الفريق لـه سـمعة غير طيبة، ويقترن اسمه بكل أحداث العنف أو الشغب داخل الملاعب.

ومن الأمثلة على تغير الموقف، الانتقال من حال العداء إلى حال المودة أو العكس بـين جماهير بعض الأندية، حيث يقوم الإعلام الرياضي لتلك الأندية والمتمثل في جريـدة النـادي بدور كبير في الفريق إزاء انتقال اللاعب من هذا النادي إلى النادي الآخر. [2]

كما أن تغيير المواقف والاتجاهات لا يقتصر على الأفراد و القضايا الرياضية فقط، بل يشمل بعض القيم وأنماط السلوك الرياضية، فكثيرا ما قبل النـاس سـلوكا كـانوا يرفضـونه ويشمئزون منه، وكثيرا ما تخلى الناس عن قيم كانت راسخة، واستبدلوها بقيم دخيلـة كانـت موضع استهجان فيما سبق.

ومن خلال العرض السابق يتبين لنا ضرورة ألا يستقي الفرد معلوماته من مصدر واحد حتى لا يرى الأمور من خلال وجهة نظر واحدة، والتي قد تكون ناقصة أو منحـازة لطـرف على حساب الآخر.

- تغيير المعرفة الرياضية:

المعرفة الرياضية هي مجموع كل المعلومات الرياضية التي لدى الفرد، وتشـمل القـيم والمعتقدات والمواقف والآراء التي تخص المجال الرياضي وكذلك السلوك الرياضي، فهي بذلك أعم وأشمل من الموقف أو الاتجاه.

إن التغيير في المواقف طارئ وعارض سرعان ما يزول بزوال المؤثر، أمـا التغيـر المعرفي فهو بعيد الجذور يمر بعملية تحول بطيئة تستغرق زمنا طويلا، فـالإعلام الرياضـي

([1]) خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم: المرجع السابق، ص44.

([2]) خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم: المرجع نفسه، ص 44.

يؤثر في تكوين المعرفة الرياضية للأفراد من خلال عملية التعرض الطويلة المدى له، باعتباره مصدر من مصادر المعلومات الرياضية، فيقوم باجتثاث الأصـول المعرفيـة القائمـة لقصـة رياضية، أو موضوع رياضي، أو لمجموعة من القضايا والموضوعات الرياضية لدى الأفراد، وإحلال أصول معرفية رياضية جديدة بدلا منها.

إن تأثير الإعلام الرياضي في طريقة تفكيرنا وأسلوب تقييما للأشياء من خلال ما نتلقاه منه من معلومات رياضية، يؤدي إلى تحول في قناعاتنا ومعتقداتنا الرياضية، فالعقائد الرياضية حصيلة المعرفة الرياضية التي اكتسبناها، أي أن عقيدتنا في شيء، هي نتاج ما علمناه من ذلك الشيء.

فالإعلام الرياضي بما يملكه من إمكانات يستطيع أن يحدث تغييرا في المعرفة الرياضية لدى الجمهور متى استطاع أن يوظف بعض المتغيرات، كشخصية الإنسان وخبرته في بيئتـه الاجتماعية والرياضية، وتشكيله الثقافي، ونفوذ قوى الضغط الاجتماعي المضادة في المجتمـع، ويوجهها على إيقاع واحد متناغم يعجل بتغيير المعرفة الرياضية حسب الاتجاه الـذي يريـده، سواء ضد ما هو قائم ومناهض له أو مع ما هو قائم و داعم له [1].

- التنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي:

هناك مؤسسات معينة في كل مجتمع قد تقوم بتنشئة الأفراد وتثقيفهم رياضيا و تعلـيمهم السلوك المقبول اجتماعيا ورياضيا، إضافة إلى تلقينهم المعارف والعقائد الرياضية التي تشـكل بيئتهم الثقافية والحضارية نحو الرياضة، ومن هذه المؤسسات: المنزل، المدرسـة، والمراكـز الدينية، هذا بالإضافة إلى المؤسسات الرياضية كالأندية ومراكز الشباب والسـاحات الشـعبية وغيرها.

ثم جاء عصر الإعلام الرياضي الذي لم يعد مجرد مساهم صغير في عملية التنشئة، بل أصبح عاملا هاما ومؤثرا في هذه العملية. لقد دخل الإعلام الرياضي كل بيت، وخاطب النشء والشباب والكبار، واقتحم كل ميدان من ميادين الرياضة المختلفة، مرورا بالثقافة إلى التـرويح الرياضي.

([1]) أحمد عكاشة: الطب النفسي المعاصر، القاهرة، دار المعارف، 1976، ص 32-33.

لقد تضاءل دور مصادر المعلومات وفرق التلقي الأخرى أمام طوفان الرسائل الإعلامية للإعلام الرياضي التي استخدمت أعظم ما توصل إليه العقل البشري من تكنولوجيا في مجـال الاتصال، استهدفت بأسلوب جذاب العقل والوجدان، في المقابل استسلم الإنسان وسلم أطفاله لهذا المربي الذي صار يقوم بدور الأب والأم في بعض الأحيان(1).

كثيرا من الناس يتعامل مع الإعلام الرياضي على أنه مجـرد أداة ترفيـه أو مصـدر للأخبار الرياضية ليس أكثر، إن هذه النظرة تعد نظرة ضيقة، فليس هناك ترفيه برئ ولا أخبار محايدة، إن كل ما نسمعه أو نراه أو نقرأه في الإعلام الرياضي لا يخرج عن إزالة قيمة مـن القيم السلبية في المجال الرياضي وتثبيت أخرى محلها إيجابية أو ترسيخ شيء قائم والتصـدي لآخر قادم وهذا هو المقصود بالتنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي(2).

ويمكن تطبيق ذلك على المثال التالي:

إن مشاهدة الفرد مثلا لتمثيلية تلفزيونية ساخرة تعـرض مواقـف مضـحكة لشـخص متعصب في تشجيعه لفريق ما والفرد المشاهد قد يفرط في الضحك لأن ما يـراه فعـلا يثيـر الضحك لطرفته.

القيمة المشحونة في رسالة إعلامية كهذه لا يراها ذلك الشخص وهو يتفرج علـى مـا يعتقد أنه تسلية أو ترويح بل يرى تلك القيمة هي التي تسلل إلى اللاشـعور لتشـكل موقفـا أو اتجاها من التعصب.

إن الفرد سيكون أقل تجاوبا مع الرسالة الإعلامية التي تقول له بشكل مباشر كمقالة في صحيفة مثلا: أن التعصب أسلوب غير حضاري وأمر مزعج ومثير للسخرية.

في حين أنه قبل هذا الرأي حينما تم عرض عليه من خلال تلك التمثيلية.

إنه من الضروري التنسيق بين أجهزة الإعلام المختلفة بصفة عامة والإعلام الرياضـي بصفة خاصة في معالجة القضايا العامة التي تشغل الرأي العام، وتمس الأمن القومي ووحـدة

---

(1) خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم: المرجع السابق ، ص 46.

(2) المرجع نفسه، ص 46.

الشعب، حتى لا يحدث تناقض بين ما يقدم في هذه الأجهزة وما يسمعه الفـرد فـي المسـجد، فيحدث نوع من البلبلة والتشتت في فكر وسلوك هذا الفرد، قد يصل به إلـى حـد الاغتـراب وفقدان الهوية والانتماء، وبالتالي لجوئه إلى وسائل العنف والإرهـاب، واسـتغلاله للحشـود الجماهيرية التي تتواجد لمشاهدة المنافسات الرياضية، لإثارة العنف والقيام بأعمال شغب(1).

- الإثارة الجماعية:

من خصائص الإعلام الرياضي قدرته على الوصول إلى قطاع كبير من الجمهور، هذا يمثل وجها من الأوجه الرياضية للإعلام الرياضي إلا أن الوجه السلبي له يتمثل في اسـتخدام ذلك.

ففي البطولات الرياضية الدولية يقوم الإعلام الرياضي بمهمة الحشد الجماهيري لضمان مؤازرة فرقها الوطنية، حيث يعمل على استنهاض الحس الوطني أو الشعور الوطني للجماهير، لدفعها إلى الالتفاف حول الفريق من أجل تحقيق الفوز، هذا ما يسمى بالإثارة الجماعية.

وعملية الإثارة الجماعية التي يقوم بها الإعلام الرياضي يمكن أن تحدث في أي وقـت، لكنها أنجح ما تكون في وقت الأزمات، كالسخط الجماهيري الذي يحدث نتيجة هزيمة بعـض الفرق وخاصة الفرق القومية، وخروجها من إحدى البطولات الدولية كالتصفيات النهائية لكأس العالم لكرة القدم، الذي كان يعد بمثابة الحلم لكل الجماهير، نتيجة للتقصير الواضـح فـي أداء اللاعبين، والأخطاء الفادحة في التشكيلة، في وقت هم كانوا فيه أقرب للفوز من الفرق الأخرى، وخاصة وإن كانت هذه البطولة مقامة على أرضه، ووسط جمهوره(2).

إن حسن التصرف في أوقات الأزمات و القدرة على التعامل مع معطيات وظروف تلك هذه الأزمة يسمى فن إدارة الأزمات، يدخل في هذا الفن توظيف الإعلام الرياضي للتأثير فـي الجماهير ودفعها في الاتجاه الذي يراد للأزمة أن تسير فيه، أي إثـارة الجمـاهير وتحريكهـا لتتكيف مع ظروف هذه الأزمة.

---

(1) المرجع نفسه، ص 47.

(2) المرجع نفسه، ص48 .

وحتى يمكن تجنب مثل هذه الأزمات، لابد أن يتميز الإعلام الرياضي بالموضوعية في تقديمه للمادة الإعلامية، وأن يضع الأمور في نصابها الصحيح بعدم المغالاة والمبالغة فيها، وأن يعمل على تهيئة الجماهير لمثل هذه الأزمات على أساس أن الرياضة فوز وهزيمـة، وحتـى يكون هناك غالب لابد وأن يكون هناك مغلوب، فالرياضة مجال للتنافس الشريف تحـت علـى الكفاح وبذل الجهد، أما النتيجة فيكون للتوفيق دور كبير فيها، وهـذا هـو الهـدف الأسـمى للرياضة.

- الاستثارة العاطفية:

الإنسان في موقفه من المثيرات الحسية أو المنبهات الذهنية التي تواجهه يتنازعه أمران: المشاعر والعواطف، أو المنطق والعقل، ونستطيع أن نتحدث عن عقل ومنطق واحد، و عـدة مشاعر وعدد من العواطف، فهناك الحب والكراهية، الحزن والسـعادة، الرضـا والغضـب، وغيرها من المشاعر.

العقل هو عدم الاستجابة التلقائية لما يعترض الإنسان من مثيرات، حيث يخضع السلوك الإنساني استجابة لمثير ما إلى حسابات دقيقة يقدر فيها الربح والخسارة. والعواطـف الكامنـة داخل الفرد يتم استثارتها حينما يفقد العقل أو المنطق دوره في السيطرة عليهـا، و كثيـرا مـا يحدث ذلك، والإنسان مها بلغ من جهد لا يستطيع دائما السيطرة على عواطفه من خلال تحكيم عقله، فلو استطاع ضبط مشاعر الغضب فإنه لا يستطيع أن يتحكم فـي مشـاعر الحـزن أو الكراهية أو الحب على سبيل المثال.

والإعلام الرياضي يتمتع بقدرة فائقة في التعامل مع عواطـف الإنسـان، مـن خـلال استخدامه لأساليب العرض بما تملكه من إمكانات تخاطب الفكر والوجـدان، فمـثلا يسـتطيع الإعلام الرياضي أن يجعلنا نتعاطف مع الضحية، بل ونبكي معها حينما يعرض لنـا مشـاهد المعاناة والألم التي تعرضت لها، كاعتداء الجمهور على حكم إحـدى المباريـات ممـا أودى بحياته.

وفي أحيان أخرى نشعر بالحزن والأسى حينما نقرأ في إحدى الصحف عن لاعب أصيب إصابة خطيرة تمنعه من اللعب مدى الحياة، فالإعلام الرياضي بما يقدمه لنا من معلومات يجعلنا نحب أو نكره، نشجب أو نتضامن، ندين أو نؤيد.

فمثلا قد يقدم لنا الإعلام الرياضي مبررات لهزيمة فريقنا القومي وخروجه من بطولة الأمم الإفريقية نتيجة لظلم الحكام على الرغم من أن هذه المبررات لا تقوم على سند صحيح.

فنجد أنفسنا بناءا على تلك المعلومات والمبررات الخاطئة، نكره حكام هذه المباراة، و لا نحزن للأذى الذي قد يتعرضون له من الجماهير، ونتجاهل إدانة أو شجب هذا السلوك غير الرياضي، بحجة أنهم السبب في هزيمة الفريق وخروجه من البطولة.

- الضبط الاجتماعي في المجال الرياضي:

تمثل عملية الضبط الاجتماعي إلى جانب المؤسسات الأمنية والاجتماعية عنصرا مهما في المحافظة على النظام والاستقرار داخل الملاعب الرياضية، مما يتيح الفرصة للاعبين للتنافس الشريف، وإظهار قدراتهم وإبداعاتهم الرياضية.

ويقصد بالضبط الاجتماعي في المجال الرياضي، السلطة غير المرئية التي يحسب الفرد حسابها، سواء كان لاعبا أو مشاهدا أو مدربا أو غير ذلك أثناء إجراء المنافسة الرياضية، فتجده يتصرف بطريقة متفقة مع النظام القائم، منمّ بالقواعد والقوانين المنظمة للعبة، بغض النظر عن رضاه أو قناعته بذلك، في ظل عدم رؤية الحكم له إذا كان لاعبا أو مدربا، أو في ظل غياب رجل الأمن بالنسبة للجمهور.

فأحيانا يحدث في مباريات كرة القدم، أن يقوم بعض اللاعبين بالاعتداء بالضرب على اللاعب المنافس من خلف ظهر الحكم. (1)

فالإعلام الرياضي بما يملكه من إمكانات وقدرات كبيرة تمكنه من التأثير الإيجابي والفعال في الجمهور واللاعبين، يحقق لنا الضبط الاجتماعي المنشود في المجال الرياضي، مما يتيح الفرصة للاعبين للتنافس والإبداع، وللجمهور بالمشاهدة والاستمتاع.

---

(1) المرجع نفسه، ص 50.

و للضبط الاجتماعي في المجال الرياضي ثلاثة أنواع هي[1]:

الأول:

يتحقق من خلال مراعاة القيم والتقاليد و الأعراف الرياضية التي قبلها المجتمع الرياضي على مر تاريخه، فمثلا قيمة ضبط النفس، فإذا تعرض اللاعب لخشونة زائـدة مـن اللاعـب المنافس، وجب عليه التحلي بضبط النفس وعدم الرد بالمثل، فهذه القيم التي نقلتها المجتمعـات الرياضية الإسلامية، هي من تعاليم الإسلام، كحديث النبي صلى الله عليه و سلم:" ليس القـوي بالصرعة لكن القوي من يملك نفسه عند الغضب". (رواه الترمذي عن أبي هريرة رضي الله عنه)

هذه القيمة تأخذ جزءا رفيعا في منظومة القيم الرياضية في تلك المجتمعات، وينـدر أن نجد شخصا مهما ضعف دينه، أن يتجاهل هذه القيمة، و لا يقيم لها اعتبارا.

الثانـي:

يتحقق على ضوء المعايير والقيم الرياضية التي يلزم الفرد بها نفسه فمثلا: قـد يتبنـى لاعبو إحدى الفرق الرياضية في كرة القدم طريقة أو أسلوبا للتعامـل مـع الفـرق الأخـرى، كإخراج الكرة خارج خط التماس لإعطاء الفرصة لعلاج لاعب أصيب مـن الفريـق الآخـر المنافس، فيعرفون بها حتى تصير نوعا من القيم الرياضية. فالضبط الاجتماعي فـي المجـال الرياضي يمارسه اللاعب على نفسه مهما اختلفت الظروف و المواقف، بمعنى أنـه يمكـن أن يمارسه وهو في حالة الفوز والهزيمة.

الثـالـث:

يتحقق من خلال التزام الإنسان بالتصرف بالطريقة نفسها التي يتصرف بها الآخـرون، حيث لا يستطيع أن يخالفها، و إلا اعتبر خارجا عن التقاليد و الأعراف الرياضية.

والإعلام الرياضي بما يملكه من إمكانات، أصـبح مـن أهـم أدوات عمليـة الضـبط الاجتماعي في المجال الرياضي، أولا: لكونه ذو طبيعة جماهيرية و ثانيا: لاعتماد الناس عليـه

---

(1) المرجع نفسه: ص49 .

كمصدر قد يكون هو الوحيد للكثير من المعلومات الرياضية لقطاع كبير من الجمهور، جعلـه قادرا على أن يجمع الناس، إن لم يحدد لهم ما يصح و ما لا يصح القيام بـه مـن سـلوكيات رياضية، و خاصة فيما يتعلق بالقيم و المعتقدات الرياضية.

إن ترويج الإعلام الرياضي لأراء أو أفكار رياضية معينة، و التعتيم على ما يخالفهـا، يجعله يخلق ما يشبه العرف الرياضي الذي يتفق الجمهور على قبوله، بل و يحذر الناس مـن مخالفة ما عمل الإعلام الرياضي على أن يجعله إجماعا.

فمثلا كرة القدم النسائية و اهتمام الإعلام الرياضي بها، و إبرازهـا، و إلقـاء الضـوء عليها، و احتلالها لمساحات كبيرة سواء في الصحافة أو الإذاعة، للإعلان عنها و الدعاية لها، وذلك من أجل تشكيل رأي عام و إجماع يقبل ممارسة الفتاة لكرة القدم.

- صياغة الواقع:

حيث يقوم الإعلام الرياضي بصياغة الواقع الرياضي، و يقدمه للجمهور كما هو، يقصد بالواقع هو: ذلك الجزء الذي يعرضه أو ينشره الإعلام الرياضي حول الأحـداث و القضـايا والموضوعات الرياضية المعاصرة داخل المجتمع الرياضي، حيث يبدو و كأنه واقعي و طبيعي و معبر عن الحقيقة، و هذا ما يجب أن يكون عليه الإعلام الرياضي، و لكن في أحيان أخـرى قد يتجاهل الإعلام الرياضي صياغة هذا الواقع، فمثلا قد يكون عدم اهتمام الناس بنـوع مـن الرياضة هو السمة السائدة في مجتمع ما، لكن الإعلام الرياضي من خلال تركيزه على جـزء صغير من المجتمع يهتم بهذا النوع من الرياضة، يعطي انطباعا مختلفا عن الواقـع الحقيقـي السائد في هذا المجتمع. و مثل هذا النوع من السياسة الإعلامية للإعلام الرياضي تكون عواقبه وخيمة و مثال ذلك.

عندما يصوغ لنا الإعلام الرياضي واقع الفريق القومي، و كيف أنـه فريـق لا يقهـر وتسخر إمكاناته في إبراز قدرات هذا الفريق الفنية والبدنية والخططية، ولكن في أول احتكـاك رسمي له في بطولة ما انهزم الفريق هزيمة ثقيلة، وكان أداء لاعبيه سـيئا، وبـذلك اكتشـفت الجماهير أن ما قيل عن واقع هذا الفريق لم يكن إلا واقعا غيـر صـحيح، صـاغه الإعـلام

الرياضي، و بالتالي يفقد الإعلام مصداقيته لدى الجماهير التي تنصرف عن متابعة ما يقدمه من رسائل إعلامية، بل وقد يفسد اهتمامها بالرياضة عموما و بشكل نهائي[1].

و بالتالي يكون الإعلام الرياضي قد أضر بالرياضة، و خرج بها عـن نطـاق تحقيـق رسالته، فلذا يجب على القائمين على الإعلام الرياضي أن يقوموا بصياغة الواقع كما هـو دون مزايدة أو نقصان، حتى لا يصيب الجمهور بالتمزق، و يفقد الثقة في المجتمع الرياضي بصـفة خاصة، و المجتمع الأصلي بصفة عامة.

8- المنظومة الإعلامية الرياضية:

تشكل المنظومة الإعلامية الرياضية جزءا من المنظومة الإعلامية العامة، فهي فرعيـة متخصصة في موضوع (مجـال معين)، وهو الرياضة أساسا، و تضم المنظومـة الإعلاميـة الرياضية مختلف وسائل الإعلام المتخصصة في المجال الرياضي (صحف، و محطات إذاعية و تلفزيونية)، كما تضم جميع المواد الرياضية التي تنشرها الصحف و المجـلات المركزيـة والمحلية العامة في صفحاتها المتخصصة، و كذلك المواد التي تذيعها محطات الإذاعة والتلفزة على شكل برامج دورية متخصصة، و تتوقف درجـة تطـور و تنـوع الوسـائل الإعلاميـة المتخصصة في الرياضة على درجة تطور البلاد عمومـا، و علـى درجـة تطـور الاهتمـام بالرياضة، و كذا مدى التطور في الإمكانات البشرية و الماديـة و المتخصصـة للاسـتثمار، والعمل في مجال الرياضة، كما تتوقف على مستوى التطور الإعلامي العام في المجتمع.

أ- خصائص المنظومة الإعلامية الرياضية:

للمنظومة الإعلامية الرياضية الخصائص ذاتها التي تتمتع بها المنظومة الإعلامية العامة و هي التالية[2]:

([1]) المرجع نفسه ، ص 52.

([2]) خضور أديب: المرجع السابق، ص 82.

- **تنوع المقاييس و المعاييـر**:

تضم المنظومة الإعلامية الرياضية وسائل إعلام متعددة وفقا لمعايير و مقاييس متعـددة وهي:

- **الوسيلة الإعلامية**:

يؤكد علم الإعلام أن لكل وسيلة إعلامية (صـحافة، إذاعـة، تلفزيـون) خصوصـيتها التكنولوجية، تمارس تأثيرا قويا على مجمل جوانب النشاط و الإبداع الإعلامي في هذه الوسيلة.

فالصحافة المكتوبة تعتمد على تكنولوجية الطباعة (النص المكتوب)، الذي يقرأه القـارئ المتعلم، في المكان الذي يريده، و في الزمان الذي يفضله، و بالطريقة التي يحبذها، هذه الميزة سمحت للصحافة المكتوبة أن تكون لها أكثر قدرة على معالجة الموضوعات الرياضية بطريقـة أكثر شمولية و عمق وتفصيل من الإذاعة و التلفزيون، أما الإذاعة فتعتمد على حاسة الاستماع، حيث أن المقدرة على الفهم من خلال الاستماع، أقل منها عن طريق القراءة، كما أن الاسـتماع يتم في ظروف و أوقات و أمكنة محددة لا يمكن للمستمع أن يتحكم فيها، و منـه فـلا يمكـن للمستمع تركيز اهتمامه عندما يستمع، مثل ما يحدث عند القراءة، كما أنه لا يمكن لـه إعـادة الاستماع، والتفكير و التحليل و التمحيص للمواد المقدمة، و من جهة أخرى فإن الإذاعة تتمتـع بالسرعة في تقديم أحدث المواضيع و الأحداث، و في وقت قصير جدا بعد الحدث، أو فـي آن حدوثه، كما تتمتع الإذاعة بالسرعة في الوصول للجماهير، و في جميع الأماكن و في آن واحد، أما التلفزيون فيمتلك خصائص الاستماع و السرعة، و التوجه إلى الجمهور الواسع و المتنوع، و في مختلف المناطق، و في وقت واحد، و بالإضافة إلى ذلك فهو يقدم الصورة و الحركة مع الصوت، وعليه فله القدرة على التأثير، لأنه يمس أكثر من حاسة لدى المتلقي، كما أنـه يقـدم المادة إلى المشاهد، و ينقله إلى مسرح الأحداث، فيشعره أنه ليس بعيدا عن الحدث، بل يشارك فيه.

ب- المنظومة الإذاعية الرياضية:

ظهرت الإذاعة في أواخر القرن التاسع عشر، و تحولت في النصف الثاني من القـرن العشرين إلى وسيلة اتصال جماهيرية تتميز بـ :

- الإذاعة تقنيا هي إعادة تحويل الأصوات إلى إشارات كهربائية، ثم يـتم بعثهـا فـي الفضاء على شكل نبضات كهرومغناطيسية، يتم استقبالها بواسطة جهاز خاص (المذياع)، الذي يعيد تحويلها إلى إشارات صوتية، يستطيع المستمع العادي المالك لهذا الجهاز أن يستمع إليها.

- الإذاعة هي فن الاستماع، فهي تعتمد كلية على حاسة السمع، أي الاعتماد على الكلمة المنطوقة، الأمر الذي يعطي أهمية خاصة للوظيفة الدرامية و النفسية، و حتى العاطفية للكلمـة المذاعة، كما يزيد من أهمية و دور المذياع، فن التعبير و الإلقاء لدى الإذاعيين، و فـي نفـس الوقت للمؤثرات الصوتية دور مهم في مرافقة النصوص المذاعة.

- تستطيع المادة الإذاعية أن تصل لجمهور واسع جدا و متنوع، بما يختاره المذيع مـن مادة، و كيفية معالجتها، و في النهاية تقديمها[1].

- تعتبر الإذاعة أسرع وسيلة اتصال جماهيري في الوصول إلى الحـدث و معالجتـه، وتقديمه للمستمع مع قلة التفصيل و التفسير و التحليل، الأمر الذي تغطيه الصحافة المكتوبة.

- ظروف التعرض للإذاعة خاصة جدا عكس الصحيفة التي تتطلب التفرغ لهـا كليـة وكذا جهاز التلفزيون، في حين المذياع يمكنك من الاستماع و أنت تقوم بعمل آخر، أي من دون أن تكون متفرغا له نهائيا (السماع بنصف أذن)، الأمر الذي فرض عدم تقديم مـادة الإذاعـة بأكثر التفاسير و التفاصيل، ليسهل الاستيعاب و الإدراك.

- يقوم الفن الإذاعي على أساس مخاطبة المسـتمع، ممـا يعطـي للمسـتمع إحساسـا بالمشاركة، و أن الرسالة الإذاعية موجهة له فقط، و منه فالاستماع ((تجربة شخصية))، كمـا تسمح المادة المذاعة من توسيع التصور و الخيال لدى المستمع.

- مجال الاختيار و الانتقال واسع أمام المستمع.

([1]) المرجع نفسه، ص 146.

جـ - مفردات المنظومة الإذاعية الرياضية:

تزايد اهتمام الإذاعة بالحياة الرياضية المحلية و العالمية، و أصبحت المـادة الرياضـية أحد الجسور الهامة التي تقيمها الإذاعة من أجل توثيق علاقتهـا بجمهـور المسـتمعين، كمـا أصبحت هذه المادة الرياضية أحدى المجالات التي تكثف فيها الإذاعة نشاطها من أجل تحقيـق سياستها العامة، و لذلك تسعى الإذاعة في المجال الرياضي إلى تحقيق أهداف أبرزها: [1]

- تحقيق أول تماس بين المستمع و بين الحدث الرياضي و يتحقق ذلك من خلال تغطية إخبارية متنوعة.

- محاولة إيجاد وعي لدى المستمع بما يجري على الساحة الرياضية و يتأتى ذلك مـن خلال المادة التثقيفية التي تقدمها.

- تقديم ما يحدث على الساحة الرياضية من موقف معين، و رؤيـة معينـة تخـدمان السياسة العامة للإذاعة.

- تفرض الدرجة العالية لتنوع الأحداث على الساحة الرياضـية، و لتنـوع الجمهـور الإذاعي، تحقيق أقصى قدر من التنوع في المواد المذاعة و الأنواع الصحفية المستخدمة، وفي أشكال و أساليب التقديم المستعملة.

- تحقيق أقصى قدر من الفائدة المادية (الربح) من خـلال الإعلانـات الإشـهارية، أو التمويل للحصص المذاعة.

إن الخبر هو أول تماس بين القارئ و الواقع الموضوعي، كما أنه أول لقاء أو تعـارف بين الحدث و القارئ، ينقل الخبر الصحفي (الإذاعي و التلفزيوني) الوقائع، يقدمها بكثير مـن الاختصار و الإيجاز، و بأسلوب مباشر و بسيط و واضح.

([1]) خضور أديب : "أدبيات الصحافة "، جامعة دمشق، دمشق ، 1986، ص 86.

تخضع عملية نقل الوقائع إلى سلسلة من القرارات و المراحل الهامة و الأحكـام التـي يجب أن يتخذها الصحفي على ضوء سياسة الوسيلة الإعلامية، و ما يتناسب مع طبيعة الحدث و اهتمام الجمهور، و أهميته الإخبارية الدلالية الذاتية لهذه الوقائع.

د- خصائص الأخبار الرياضية:

إن الأخبار الرياضية تشكل عصب المادة الإعلامية الرياضية في الإعـلام الرياضـي، فالصحف تخصص جل صفحاتها للأخبار، مثلما تقوم الإذاعة و التلفزيون بتخصيص قسم أعظم من الوقت للتغطية الإخبارية، فالخبر هو أساس كل الأنواع الصحفية، مـن تقريـر و تحقيـق وتحليل، كما يشكل الخبر دعامة أساسية للأنواع الصحفية غير الإخبارية كالتعليق مثلا

- مادته عن الواقع (الأحداث الجارية) في المجال الرياضي أو الحدث الرياضي بذاته، عاجل و سريع و آني و حركي و حيوي، و هو يختلف جـذريا عـن الحـدث السياسـي أو الاقتصادي أو الثقافي، إنه حدث يضج بالديناميكية[1] و الاندفاع، و به متغيرات مختلفة المصدر.

- تهم الجماهير الرياضية باعتبارها من الهواية أو العاطفة و المزاج، كمـا أن صـيغة التأثر وردة الفعل إزاء الحدث أو الخبر الرياضي لا تضبطه قوانين محددة و مضبوطة (كالعلم و المنطق)، بل تخضع لعوامل لها اعتبارات غير رياضـية (كالسياسـة، القوميـة، العرقيـة، الطائفية....).

- يشكل الشباب من سن 30 إلى 50 سنة و ربما أكثر الكتلة الهامة و الرئيسـية مـن جمهور الخبر الرياضي، فهو يتميز بالتسرع و الاندفاع و الانفعال و الحيوية،كما يهـتم بكـل الأحداث الرياضية كبيرة و صغيرة، من المسببات إلى النتائج وتداعياتها داخليا و خارجيا.

- الخبر الرياضي من الأنواع الصحفية التي يبحث عنها المتلقي، عكس ما يحدث فـي بعض الأنواع حيث نجد أن الصحفي هو الذي يبحث عن المتلقي.

- إن التنوع و الانسجام اللذان يتميز بهما الجمهور الرياضـي ، فـرض تنوعـا فـي مستويات الخبر الرياضي، ليتناسب و الوسيلة الإعلامية التي تخاطب جمهورا معينا.

([1]) نيل . د ، و تايلور: "في غرفة الأخبار"، (ترجمة: حمدي عباس)، الدار الدولية، القاهرة، 1990م، ص 173.

- أدى التنوع و اختلاف تكنولوجية وسائل الإعلام و لغتها التعبيرية و كذا آلية تأثيرها، إلى تنوع الخبر الرياضي ليتلاءم و الوسيلة الإعلامية المستعملة.

هـ - تحرير الأخبار الرياضية:

إن الإبداع يسبق دائما التنظير، فلذلك أوجد الإنسان اللغة ليستخدمها في الاتصال، ثم بعد ذلك جاء المنظرون فوضعوا النحو و الصرف والقواعد لهذه اللغة لتصبح ذات دلالة أقوى، وتركيبة منتظمة، كإبداع عملاق، و في الصحافة أو الإعلام عموما، وجد الصحفيون الإذاعيون والتلفزيونيون المبدعون، فأعطوا من خلال بحوثهم و إبداعهم المنظم أعمال إبداعية، أصبحت فيما بعد قواعد لعمل صحفي في وسائل الإعلام باختلاف أدوارها و تأثيراتها، و تدرس في معاهد الإعلام و كلياته، ليس هناك تناقض موضوعي بين النظرية و الممارسة، فالفهم العلمي السليم يرى تلازم النظرية و الممارسة، فلا النظرية وحدها تكفي بالغرض، و كذا الممارسة وحدها لا يمكن أن تنطلق من العدم و من دون أسس علمية، فلذلك يجب التكامل ما بين الممارسة و النظري.

خـــلاصـة

حتى يستطيع الصحفي الرياضي أن يقدم مادة إعلامية رياضية جيدة تسـتجيب لحاجـة القارئ أو المستمع أو المشاهد المعاصر، وللمتغيرات الحاصلة في الساحة الرياضية، لابـد أن يمتلك فنا صحفيا متطورا، يقوم على أساس نظري متين، ويستخدم أساليب تطبيقية متطورة، من خلال ما جاء في هذا الفصل.

الفصل الرابع

الإعلام المسموع في الجزائر، تاريخه وسياسته

تمهيـد:

تعتبر الإذاعة مصدرا هاما للأخبار بالنسبة للإنسان في أي مكان و في كل زمان، و هي تستطيع بإمكاناتها أن تقدم الخدمة الإخبارية للمستمع أينما كان.

علاوة على أنها تستطيع أن تنقل الخبر فور حدوثه و من مكان حدوثه مباشرة، و بأسهل و أرخص وسيلة.

وقد ارتبطت الأخبار بالإذاعة منذ نشأتها، و تطورت معها، فالإذاعـة بـدأت بالأخبـار وعملت على تطور الأخبار بها، فزادت عدد نشراتها لتقدم للمجتمع الخدمة الإخبارية، طـوال مدة إرسالها، و ارتبط الإنسان بأخبار الإذاعة، ليشبع من خلالها حبه للاستطلاع و وقوفه على الأحداث و مجريات الأمور التي قد تمس حياته مباشرة، أو حياة غيره من الناس.

في هذا الفصل نتناول الإذاعة في تاريخها، و دورها في المجتمع كوسيلة إعلاميـة، ثـم نتناول الإعلام المسموع في الجزائر، و تاريخ الإذاعة الوطنية الجزائرية، و ما يميزهـا عـن غيرها من وسائل الإعلام المعروفة.

1- تعريف الإذاعة:

الأصل اللغوي لكلمة إذاعة يعني إشاعة، بمعنى النشر العام و الذيوع لما يقال، فالعرب يصفون الرجل المفشي للأسرار بالرجع المذياع. ويمكن تعريف الإذاعة بأنها الانتشار المنظم والمقصود لمواد متنوعة، منها الإخبارية، الثقافية، التربوية و الترفيهية و غيرها، تلتقط أمواجها بواسطة أجهزة استقبال من قبل مستمعين متواجدين في مناطق كثيرة من العالم.

و من خصائص الإذاعة استعمالها لأسلوب بسيط في عرض مادتها، من برامج متنوعة وأخبار مختلفة يفهمها الأمي و المتعلم، الجاهل و المثقف دون عناء، و بذلك تعتبر أداة هامة للتأثير على الرأي العام وتوجيهه، كونها تخاطب عقول الأفراد، وتحرك عواطفهم لاستمالتهم نحو قضية أو موضوع ما ببساطة. و في هذا الصدد يقول محمد عليان المشوط: "كان علماء الاجتماع قد أثبتوا التأثير الكبير للراديو على حياة المجتمع، و حتى السياسة و العادات و الطباع و الأفكار و الانفعالات و الحياة اليومية كلها تخضع لتأثير البث الإذاعي"[1].

إن الإذاعة من أكثر وسائل الإعلام انتشارا، فهي تصل لعدد كبير من الناس مهما كانت فئتهم الاجتماعية و مستواهم الثقافي والتعليمي.

و لأهمية الإذاعة الكبيرة في المجتمع، عمدت الحكومات إلى السيطرة عليها، فأخضعتها للمراقبة خاصة على البرامج السياسية و الأخبار.

الإذاعة أداة لفك العزلة على المناطق النائية، و السبب هو أن أجهزة الراديو أصبحت في متناول الجميع لبساطة تكاليفها، كما أن الموجات المرسلة من قبل محطات البث تصل إلى أبعد الأماكن من الأرض دون أن تحول الجبال و المرتفعات و الظروف الجوية في ذلك. و يؤكد حمدي حسن هذا فيقول: " في عصر الإذاعة أصبح بمقدور الرسالة الاتصالية أن تعبر المحيطات و الجبال و البحار و أن تصل إلى حيث لا يستطيع الإنسان ذاته أن يصل"[2].

([1]) محمد عليان المشوط: علم النفس الإعلامي، مطبعة الدوادي، دمشق، 1988، ص 122.

([2]) حمدي حسن: مقدمة في دراسة و أساليب الاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة ، 1989، ص 40.

2- تاريخ الإذاعة ودورها:

أ- تاريخ الإذاعة[1]:

ظهرت الإذاعة نتيجة لعوامل اجتماعية أوجدت الحاجة إلى الاتصال الفوري، جاءت نتيجة لسلسلة من الاختراعات و الإنجازات العلمية المتراكمة التي قام بها العلماء من جنسيات مختلفة، ففي عام 1867 وضع العالم الاسكتلندي (جاك كلارك ماكسويل) نظرية شاملة للأمواج الكهرومغناطيسية، مبينا قرابتها من الأمواج الضوئية. و في 1887 أثبت الألماني (هينريش هرتز) نظريات ماكسويل بإنتاجه أمواج هرتيزية. و في باريس استكمل (أدوارد برنالي) أراء الإيطالي (أونسي) واضع المكشاف للأمواج الهرتيزية عام 1890. أما الإنجليزي (أوليفي لهودج) فهو أول من توصل إلى التقاط الأمواج الهرتيزية في مختبره عن بعد قدره 36 متر، وتم ذلك سنة 1894. لكن النجاح الفعلي لالتقاط الأمواج كان سنة 1885 حيث قام (كوكيلو وماركوني) بتبادل الإشارات الهرتيزية على بعد 400م، ثم على 2000م. و ازدادت المسافة شيئا فشيئا، إلى أن توصل سنة 1899 من تحقيق مواصلة بين مدينتي دوفر و قيمور بالقرب من بولون، حيث المسافة بينهما حوالي 46 كلم. و أعظم انتصار لمركوني عام 1901 حيث رسم موجات الراديو عبر المحيط الأطلنطي بين كورنوول و نيوفنلاند، و تقدر المسافة بينهما بحوالي 3200 كلم، بدأ (ماركوني) الإرسال الإذاعي من بيته في لندن سنة 1921، وبعد أشهر اتفق مع هيئة البريد البريطانية على تشغيل نظام البث الإذاعي في بريطانيا، من خلال شركة واحدة و هي الـ BBC، فتم الإرسال من ثلاث محطات و هي: لندن برمنجهام و مانشستر، وتضاعف عدد المحطات بعد إثبات نجاح الراديو أو البث الإذاعي.

تشير بعض المصادر إلى أن أول بث إذاعي كان عبارة عن حفلات موسيقية بلندن، وقد قامت به محطة ماركوين، و تؤكد مصادر أخرى أن أول بث كان إذاعة نتائج الانتخابات في الولايات المتحدة من محطة نيويورك، و في سنة 1932 كان أول بث إذاعي حكومي في فرنسا، أما في البلاد العربية فكان أول بث إذاعي في 31 ماي 1934. تأثر تطور الإذاعة كوسيلة اتصال جماعية بصراعات كثيرة، فقد خاض مخترعو الراديو حربا من أجل براءات الاختراع، لقرابته من التلغراف السلكي و اللاسلكي، كما خاض الراديو ذاته صراعات شديدة

---

[1] ابراهيم وهبي : الخبر الإذاعي، دار الفكر العربي- القاهرة، 1985- ص106.

مع الصحافة، من أجل الحصول على حق الحصول على الأخبار و إذاعتها، أي التعاقد مع وكالات الأنباء.

بالإضافة إلى أن تنوع و كثرة الأمواج أدى إلى تشابكها و تأثير بعضها على بعض، وظهور الصراعات بينها، ما دعا إلى تشكيل ملتقيات و مؤتمرات، هدفها تحديد موجة لكل منطقة تستعملها في بثها الإذاعي، إلى أن أصبح الراديو في الصورة التي هو عليها في أيامنا.

ب- دور الإذاعة:

تصل الإذاعة إلى أغلبية الناس من المجتمع على اختلاف أصنافهم، أجناسهم ومستوياتهم. حيث يذكر حمدي حسن: " أن الإذاعة تخترق كل المنازل دون تفرقة بين أبيض و أسود، ودون تمييز بين كبير و صغير أو غني و فقير أو متعلم و جاهل، فالمطلوب شيء واحد هو جهاز استقبال و كفى"[1].

و لانتشارها الواسع أهمية كبرى، حيث أن دورها فعال، و ينفذ إلى جميع شرائح المجتمع، و يمكن حصره فيما يلي:

- إذاعة الأخبار و الحقائق حول الأحداث السياسية والاقتصادية والثقافية والطبيعية والصحية، حيث يؤكد حمدي حسن ذلك من خلال قوله: "يرتبط ظهور الراديو باعتباره وسيلة اتصال جماهيرية بالوظيفة الإخبارية من لحظات الميلاد"[2].

إن الإذاعة تقدم المعلومات المتنوعة حول القضايا و المسائل العامة التي تهم الجماهير المستمعة، فهي تلعب دورا كبيرا في التثقيف من خلال برامج ترسيخ الثقافة المحلية أو الوطنية، و تحارب الثقافات الأجنبية، لاسيما تلك التي تحمل قيما مضادة لقيم المجتمع وتقاليده. إن الراديو يعمل على توحيد التفكير والذوق والشعور من جهة، و متابعة احتياجات الجماهير الفكرية و النفسية، و محاولة الرفع من مستوى رصيدهم الثقافي من جهة ثانية، و خاصة أن أسلوبه البسيط يفهمه الجميع دون عناء.

([1]) حمدي حسن: مقدمة في دراسة و أساليب الاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة ، 1987 ، ص 60.

([2]) المرجع نفسه ، ص 50.

- الحديث عن الثقافة و التثقيف يجعلنا نقف عند التوجيه و الإرشاد و النوعية و تنمية الفكر والمدارك و نشر المعارف، و خاصة تلك الجديدة التي تعود بالفائدة على المجتمع لتطويره وتحديثه.

- للإذاعة دور كبير في المناطق النائية، حيث تكسر عزلتها و تقربها من مجتمعات المدن الكبرى، كما تقدم لسكان هذه المناطق جملة من الإرشادات والنصائح يستعملونها من أجل تحسين وضعيتهم. إن الإذاعة مسؤولة عن التنمية الريفية و إنعاش الزراعة و الفلاحة، لإمكانية الاتصال بالمزارعين و توجيههم توجيها تربويا و ثقافيا، لتحقيق الصورة المثلى للمزارع العصري، و تكوين وعي صحي و اجتماعي.

- تلعب الإذاعة دور الوسيط بين الحكومة و الشعب، فهي تبلغ صوت الدولة وتنشر أفكارها ومشاريعها و أيديولوجيتها إلى الأفراد في الداخل و الخارج، كما تنقل مشاكلهم واهتماماتهم إلى السلطة لتصدر القرارات المناسبة.

- تلعب الإذاعة دور الرقيب حيث تتابع و تراقب إنجاز المشاريع و تتطرق إلى إبراز أسباب تأخرها وتعطلها.

- تلعب الإذاعة دورا اقتصاديا حيث تقدم خلال أو بين برامجها إعلانات و إشهارات، من أجل الترويج لسلعة أو خدمة ما، و يساهم ذلك بطبيعة الحال في رفع مداخيلها.

- قد تخضع الإذاعة للمراقبة من قبل السلطة أو الحكومة، وذلك ينعكس بالضرورة على الأخبار و البرامج خاصة السياسية منها، ما يجعل المستمع يحس بتزييف الحقائق و الدعاية لسياسة معينة.

- للإذاعة دور بالغ الأهمية في التأثير على الأفراد و تشكيل الرأي العام و توجيهه، حيث تقوم من خلال البرامج بعرض آخر الأخبار و الآراء و وجهات النظر المتفقة والمتضاربة، والمعلومات المتعلقة بالقضايا العامة و التي لها علاقة بأفراد المجتمع.

و يحدد محمود عليان المشوط مجالات تأثير الراديو فيقول: "يظهر التأثير العميق للبث الإذاعي في المجالات التالية:

. في مجال السلوك الفردي.
. في مجال الآراء و التصورات.
. في مجال التعريف و المعرفة.
. في مجال العواطف و الانفعالات[1].

- و يبرز الراديو في الحملات الانتخابية و الأزمات السياسية، حيث يجـد المرشـحون للانتخابات في الراديو وسيلة للوصول إلى كافة الشرائح و الفئات الاجتماعية، يعبـرون مـن خلالها بأسلوب يفهمه الناخبون مثقفين أو غير مثقفين عـن البـرامج السياسـية و المشـاريع الاقتصادية و الخطوط العريضة للسياسة التي سيتبعونها إذا ما انتخبوا، كمـا تشـن بواسـطته حرب نفسية عن طريق الخطب و الأغاني الحماسية والوطنية على الأفراد في الداخل، لإثـارة حماسهم و تحريك وطنيتهم، أو في الخارج لإحباط عزيمة الأعداء وخفض معنويـاتهم و قتـل حماسهم، خاصة خلال فترات الحرب، و قد أثبتت هذه التقنية نجاحها وفعاليتهـا خاصـة فـي الحرب العالمية الأولى و الثانية. و حول هذا الموضوع يقول حسن مزالي: " استعمل د.جوبلز الكذب والحقائق المزيفة في جرعة موجهة كليا لخدمة النازية، وقد نجـح فـي إقنـاع أكثـر المتصلبين في اتباع خطوات هتلر للسيطرة على العالم، و استخدم في ذلك الإذاعة"[2].

- تقوم الإذاعة بدور لا يقل أهمية عما سبق، و هو الترفيه و التسلية مـن أجـل كسـر الروتين وإبعاد الملل و قتل الوقت و قضاء أوقات الفراغ، حتى يتمكن المستمعون مـن تجديـد قواهم وأفكارهم، و في بعض الأحيان حماسهم، و يتم ذلك من خلال الاستماع إلى مسـرحيات إذاعية – أغاني – معزوفات و مقاطع موسيقية و برامج ترفيهية و فنية معينة.

- قد تؤدي الإذاعة دورا سلبيا من خلال نشر الإشاعات، كما باستطاعتها محاربة هاتـه الإشاعات و الدعايات المضادة لسياسة الدولة، و كل ذلك حسب السياسة التي تتبعهـا الهيئـات المسؤولة في الإذاعة.

([1]) محمود عليان المشوط: المرجع السابق، ص 128.
([2]) Hocine mazali : une réflexion sur l'audio visuel, petite écran , N° 7 juillet , 1995, Algérie, p17.

أهمية الموضوعات الاجتماعية و الثقافية و الرياضية و الاقتصادية، والدور الفعال التـي تقوم به في تنمية المجتمع كبير جدا، و أهمهما ما قد أشرنا إليه سابقا، و فيما يلي نتعرف على البرنامج الإذاعي.

3- البرنامج الإذاعي:

أ- تعريف البرنامج الإذاعي:

كلمة البرنامج لها معاني مختلفة حسب طبيعة اسـتعمالها، ففـي حـين نجـد البرنـامج الاقتصادي والدراسي والسياسي هو عموما الخطة التي يستخدمها الإنسان من أجل القيام بشيء معين، فإن مفهومه في ميدان الإعلام فهو :" شكل فني يشغل ساحة زمنية محددة ويقـوم فـي مواعيد ثابتة سواء يوميا أو أسبوعيا أو شهريا أو لعرض مادة سواء كانت علميـة أو فنيـة أو ثقافية أو دينية"[1].

يعتبره بعض الباحثين مجموعة الحصص التي تتناول موضوعا أو أكثر في شـكل فنـي مميز يختلف عن الإلقاء العادي، و غالبا ما يعالج حدثا سياسيا أو قضية اجتماعيـة كالبطالـة، أزمات السكن، عالم الشغل، الصحة. كما أنه يمكن أن يكون أشبه بالمجلة الأسبوعية التي تجمع بين الأخبار و الريبورتاجات و التحقيقات الأسبوعية، ويقول محمود فهمي: "البرامج هي تلـك القائمة من حصص الراديو والتلفزيون لفترة مغطاة مع حجم الساعات و المواضيع[2].

وعموما فالبرنامج الإذاعي هو حصة تخصصها الإذاعة لوقت محدد لبث قضايا تتعلـق بمختلف جوانب الحياة و تهم المتسمع. يحاول هذا البرنامج معالجتها من إحدى أو كل أبعادها، كما ستخدم فيه المؤثرات الصوتية و الموسيقية حتى لا يشعر المستمع بالملل.

ب- شروط نجاح البرنامج الإذاعي:

إن نجاح أي برنامج إذاعي يتوقف على جملة من الشروط أهمها[1]:

([1]) محمود فهمي: الصورة و الصوت، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، ص 204.

([2]) المرجع نفسه ، ص 204.

([1]) محمود فهمي : المرجع السابق، ص 204.

- يجب على مقدم البرامج أن يتحكم في المعلومات التي ترتبط بالموضوع أو القضية المطروحة في البرنامج، فلا يظهر عليه الاضطراب و الارتباك و التوتر في التقديم و الإلقـاء، لأن ذلك ينعكس مباشرة سلبيا على المستمع فيؤدي إلى نفوره و تخليه عن متابعة البرامج.

- اختيار الوقت المناسب في توافق بث البرامج مع وقت فراغ المستهدفين.

- مراعاة التسلسل المنطقي للمعلومات أي من الأهم إلى الهام إلى الأقل أهمية حتـى يتسنى للمتسمع متابعة البرنامج.

- حسن الأداء، حيث يلعب الصوت دورا كبيرا في نجاح البرنامج وعلـى المـذيع أو المقدم أن يراعي ذلك، فمثلا البرامج الثورية تستهوي العاطفة و تدعو إلى الحماس و تتطلـب صوتا قويا ناعما وطريقة معينة في الأداء، وعلى المذيع أن يكون ذكيا في اختيـار الأسـلوب الأفضل لتقديم البرامج و أن يكون منسجما و متفاعلا مع المادة المذاعة، كما عليه التركيز على ما يريد إيصاله إلى المستمعين من بداية البرنامج حتى نهايته و عدم مقاطعة من استضافهم إلا في حدود المعقول.

- على المذيع أو مقدم البرامج أن يكون متواضعا، فـالغرور و المظهريـة صـفتان ممقوتتان من قبل الجمهور، كما عليه الانتقال من موضوع إلى آخر أو من نقطة إلـى أخـرى بسلاسة و يسر.

- وما يجلب المستمع إلى البرنامج بالإضافة ما سبق المؤثرات الصوتية و الموسـيقية التي تضفي على البرنامج عنصر النشاط والحيوية فلا يصبح مجرد أحاديث وحوارات جافة.

جـ - أنواع البرامج الإذاعية[2]:

لقد تنوعت البرامج الإذاعية منذ ظهورها بين البرامج الترفيهية و المسلية و بين البرامج الجادة والهادفة و قد تطورت البرنامج و تنوعت بتنوع مجالات الاهتمامات الإنسانية و جوانب الحياة كلها و يمكن تصنيفها إلى:

- البرامج الترفيهية و المنوعات: تعتبر من أقدم البرامج التي أذيعت، فكانت أول مـرة في محطة إذاعية في أمريكا عام 1920، كما تعتبر من البرامج المشتركة و الأساسـية فـي

---

[2] المرجع نفسه ، ص 205.

المحطات الإذاعية في العالم، تهدف إلى جلب المستمع، حيث أصبحت متعددة منها برامج المسابقات الألغاز، الألعاب، الفترات التنشيطية و غيرها.

- **البرامج الثقافية و التربوية**: و هي تلك الخاصة بنشر الثقافات و العلم و المعرفة والتراث الحضاري للشعوب و الأمم، كما تساهم في توارث الأفكار و المفاهيم و العادات السليمة بين الأجيال المتعاقبة و تطوير عقول أفراد المجتمع بتقديم المعلومات الحديثة التي تفيدهم.

- **البرامج الاجتماعية و الاقتصادية**: تساهم هذه البرامج في معالجة القضايا الاجتماعية المختلفة و التعريف بالأوضاع الاقتصادية للدولة، و المساهمة في دفع عجلة التنمية من خلال معالجة المشاكل التي تتعرض لها المؤسسات الصناعية و الفلاحية و التجارية بالإضافة إلى المنظمات التابعة للقطاع العام و الخاص.

- **البرامج السياسية**: و تهتم بالقضايا و المسائل السياسية الوطنية و الدولية مثل القرارات الصادرة عن السلطة، و تتم هذه البرامج بإجراء مقابلات و لقاءات و ندوات تعالج الموضوع من زوايا متعددة، تعود بذلك بفائدة على أفراد المجتمع.

- **البرامج الرياضية**: و تهتم بمختلف الرياضات والنشاطات ونتائج المقابلات واللقاءات الرياضية، إلى جانب التعليقات المرتبطة بالمجال الرياضي.

- **البرامج الإخبارية**: يرى العديد من الباحثين أن الخبر هو العنصر الأساسي في العمل الإذاعي فالبرامج الإخبارية تعمل على تقديم المعلومات والحقائق حول الأحداث في العالم بطرق كثيرة كالمراسلين ووكالات الأنباء، ورغم أهمية الخبر، إلا أنه توجد محطات إذاعية لا تخصص له إلا الوقت الضئيل.

- **البرامج الخاصة بالإشهار و الخدمات**: لقد تطور الإشهار الإذاعي بتطور الوسائل التقنية التي تستعمل فيه، و لعل السبب في انتشار هذه الظاهرة في وسائل الإعلام بصفة عامة، والإذاعة بصفة خاصة، هو رغبة الإذاعات في جذب المعلنين من الشخصيات الاجتماعية والاقتصادية البارزة في مختلف الميادين، وهو الشيء الذي يؤدي زيادة عدد المستمعين، هذا

عن البرامج الإشهارية، أما الخدمات التي تقدمها الإذاعة فهي ذات أهمية و فعاليـة كبيـرتين عموما تتمثل في برامج خاصة.

هذا عن البرامج بصورة موجزة، و فيما يلي نتطرق إلى الإعلام المسموع في الجزائـر، تاريخه، تشريعاته، وكذلك تاريخ الإذاعة الوطنية.

4- الإعلام المسموع في الجزائر:

أ- البث الإذاعي في الجزائر:

أثناء الحديث عن تاريخ البث الإذاعي في الجزائر، نميز بين البث الإذاعي الفرنسي فـي الجزائر و بين البث الإذاعي الجزائري أثناء الاحتلال الفرنسي لسببين، أولهما أن الحديث عـن البث الإذاعي الفرنسي في الجزائر إنما يعكس السياسة المتبعة من قبل الحكومة الفرنسية فـي هذا المجال، أو هي امتداد لإذاعة فرنسا، خاصة الموجهة للمستعمرات، و إبراز هذا العنصـر أمر مهم قصد إبراز المراحل الأولى للبث في الجزائر، أما إبراز البـث الإذاعـي مـن قبـل الجزائريين سواء كان انطلاقا من خارج أو داخل الجزائر فيعكس أهم الجوانب والاسـتعمالات التي بدأت بها البوادر الأولى للنظام الإذاعي الجزائري في مرحلة الاحتلال، و من خلال هـذا التمييز نستطيع إبراز الخلفية التاريخية للبث الإذاعي في الجزائر.

ب-البث الإذاعي في الجزائر أثناء الاحتلال:

لقد ظهرت الإذاعة في الجزائر تقريبا مع ظهورها في فرنسا في العشرينيات من القـرن العشرين، و قد كانت البداية سنة 1925م عندما قام أحد الفرنسيين بإقامة محطة إرسـال علـى الموجة المتوسطة لم تتعد قوتها المائة واط، وقد ارتفعت سنة 1928 إلى 600 واط، و في سنة 1929 افتتحت أول محطة حقيقية للإرسال بقوة 12 كيلو واط على الموجة المتوسطة و في سنة 1940 أقيمت في مدينة قسنطينة محطتان للإرسال قوة الأولى 600 واط و الثانيـة 250 واط، وكانت المحطة الأولى تذيع برامجها باللغة الفرنسية و الثانية باللغة العربية، كما أقيم في مدينة وهران محطة إرسال قوتها 600 واط، و في سنة 1942 أقيمت محطة إرسال ثانية في مدينـة الجزائر، بقوة 500 واط، و في سنة 1943 أقيمت محطة إرسال أخرى بمدينة وهران قوتهـا

250 واط، و كان الغرض من هاتين المحطتين تمكن المدينتين و المناطق المحيطة بهما[1] مـن الاستماع إلى برنامجين أحدهما بالفرنسية. ففي عام 1945 أقيمت محطة إرسال في عنابة، وفي نهاية الحرب العالمية الثانية بذلت السلطات الفرنسية جهدا كبيرا من أجل تغطية الجزائر كلها أو الجزء الأكبر منها بشبكة الراديو.

و لم يكن للإذاعة الجزائرية رواج كبير إلا بعد سنة 1943 عندما بـدأت تبـث باللغـة العربية، حيث أنشأت السلطات الفرنسية قناة باللغة العربية قصد التقرب أكثـر مـن السـكان المحليين و نشر المعلومات الخاصة بالنشاط السياسي للحكومة الفرنسية، وقـد أنشـأت لـذلك أستوديو مستقل لإنجاز البرامج باللغة العربية، و في سنة 1948 أنشأت السلطات الفرنسية قناة أخرى تبث باللغة الأمازيغية.

وقد جهزت لها أستوديو خاص كذلك، و بهذا تعد سنة 1949م فترة الانطلاقـة الشـاملة للإذاعة الجزائرية، و ذلك من خلال إنشاء القنوات الجديدة، و كذا إنشاء استوديوهات ومحطات إرسال في مختلف أنحاء التراب الجزائري مثل: قسنطينة، وهران، بجاية.... وقد وصلت قـوة الإرسال عام 1954 إلى 322 كيلو وات و كانت الإذاعة تبث علـى الموجـات المتوسـطة و القصيرة[2]، ففي الفترة الممتدة بين 1948 و1951 زود مركز الإرسال في مدينة الجزائر بست محطات للإرسال، وقد أنشئت عام 1950 محطة إرسال بقوة 250 واط لتغطي منطقة القبائـل، و في سنة 1951 أنشئت محطتان للإرسال على الموجة المتوسطة بقوة 20 كيلوواط و محطـة بوهران سنة 1952 بقوة 05 كيلواط على الموجة المتوسطة، و في سـنة 1953 و1954 ثـم تشييد مركز كبير للإرسال في وهران يشتمل على محطتين للإرسال قوة كل واحدة منهمـا 20 كيلوواط، وكان هذا التطور في معدات البث الإذاعي و منشآته و كذلك عدد المحطات و تعـدد لغاته محاولة من قبل السلطات الفرنسية للوصول إلى الجماهير و تغطية مساحات كبيـرة مـن التراب الجزائري نظرا لاقتناعها بدور الإذاعة كوسيلة اتصال جماهيرية فعالة عملت بواسطتها على نشر برامجها لخدمة أهدافها في الجزائر.

([1]) خليل صابات:وسائل الاتصال نشأتها و تطورها، مكتبة الإتحاد المصرية، القاهرة، 1991، ص 461.

([2]) زهير أحدادن: تطور الإذاعة و التلفزة في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1984، ص 107.

ج- البث الإذاعي أثناء حرب التحرير:

لقد كانت الإذاعة خلال فترة الخمسينات وسيلة إعلامية ذات أهمية بالغة على مختلف الأصعدة، و في الجزائر عملت السلطات الفرنسية على تطوير الشبكة الإذاعية لخدمة مصالحها في الجزائر،و لم تكن لها أعمال كبيرة في مجال البث الإذاعي داخل الجزائر، باستثناء بعض البرامج الآتية من دول معادية للتواجد الفرنسي بالجزائر، وقد اختلفت أنماط للبث و مراكز الإرسال، غر أن الهدف كان واحدا هو تحسيس الجماهير وتوعيتها لخدمة القضية الجزائرية. أما على المستوى القانوني فإن هذا البث كان محل متابعة من قبل السلطات الفرنسية، و كانت نظرة هذه الأخيرة للثورة الجزائرية هي نفسها النظرة الموجهة للاستخدامات المختلفة للإذاعة، أي أنها تعمل على إكسابها طابع اللاشرعية و تعمل بذلك على تدمير أجهزة البث والإرسال داخل الجزائر، و التشويش على البرامج الآتية من خارج الجزائر.

و على غرار النماذج الدولية المختلفة في مجال الإذاعة، فإن استعمال هذه الأخيرة يتعاظم في فترات الأزمات و الثورات، أين يكون الاهتمام منصب أساسا على تحسين الرأي العام حول قضية مصيرية، و يكون ذلك بتوفير الإمكانات المادية و التقنية و البشرية من أجل ضمان البث الإذاعي و تحقيق مهام الإذاعة، وفي مثل هذه الفترات فالحديث عن البث الإذاعي أثناء حرب التحرير الوطنية يدفعنا للتمييز بين نمطين، أولهما البث من خارج الحدود الجزائرية، و ثانيها البث من الداخل بصفة سرية.

فالبث الإذاعي من خارج الحدود تمركز أساسا في بعض الدول العربية المساندة للمسار التحرري والثورة الجزائرية، فانطلاقا من القاهرة كانت تقدم ثلاثة برامج أسبوعية في نهاية 1955 لإذاعة أخبار الثورة الجزائرية، مثل: صوت العرب و البرامج الموجهة[1].

وقد كانت هذه البرامج تعتمد أساسا على الموجات القصيرة من أجل الوصول على مختلف نقاط العالم، خاصة الجزائر، أين يتم التقاطها من قبل الجزائريين، أما في تونس فقد بدأت نشاطها عام 1956 و كانت عبارة عن برنامج تونسي عنوانه: " هنا صوت الجزائر المجاهدة الشقيقة" و كان يذاع ثلاث مرات في الأسبوع و مدته ربع ساعة، وقد كانت هذه

([1]) عواطف عبد الرحمان: تاريخ الصحافة العربية في الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1989، ص 59.

البرامج محل رفض و احتجاج من قبل الإدارة الفرنسية مما تبثه من قيم ثورية تهدد تواجـدها بالجزائر.

و للاقتراب أكثر من الجمهور بدأ البث من داخل الجزائر، و كان يتم بشكل سري، وقـد تم إدخال هذه التقنية انطلاقا من عام 1957، حيث أصبحت تضرب مواعيد يتم خلالها التقـاط برامج "صوت الجزائر" حيث أدى هذا بالجزائريين آنذاك إلى التهافـت علـى اقتنـاء أجهـزة الاستقبال من أجل الاستماع إلى صوت الجزائر، وصوت الجزائر عبارة عـن سـيارة كبيـرة تحمل المعدات الإذاعية و يعمل بها حوالي 10 من المناضلين لم يكن لهم سابق خبرة بالعمـل الإذاعي[1].

و قد كان الإرسال يستمر لمدة ساعتين في المساء، ثم يعاد في اليوم المـوالي باللغـات العربية، القبائلية، الدارجة والفرنسية، وقد كانت ساعات البث و طول الموجات محـددة، وقـد عمات السلطات الفرنسية على التشويش على هذه الأمواج، لكن كـل المختصـين فـي البـث يرسلون برقيات يرشدون فيها إلى تغيير الموجات و استعمال أخرى في حالات التشويش، وقد عرف البث الإذاعي انطلاقا من الجزائر و الذي كان يتم بصورة سرية عدة صعوبات أهمهـا عدم خبرة الطاقم الإذاعي في هذا الميدان و التشويش الذي كانت تقوم به السلطات الفرنسية عن طريق إذاعة أصوات على نفس التردد إضافة إلى التهديد المتواصل من جانب القوات الفرنسية، حيث قامت في عام 1958 محاولة كبيرة بواسطة الطائرات، و عن طريق البحر بالكشـافات، لتحديد المنطقة التي يوجد بها جهاز البث الإذاعي، وقد نجحت في تحديد المنطقة، مما أدى إلى إيقاف البث، و قد أدت مثل هذه المشاكل إلى توقف البث الإذاعي عام 1959 حوالي 04 أشهر، فرسخت فكرة ضرورة وجود جهاز إذاعي مستقر، و بوسائل أكثر تطورا، وكان ذلك انطلاقـا من الحدود المغربية، حيث سهلت مهمة العاملين في الجهاز الإذاعـي، وانعكـس ذلـك علـى البرامج ومدة الإرسال، وفي 12 جويلية 1959 بدأت تذيع على الموجات ثلاث مرات في اليوم، من الرابعة إلى السادسة صباحا و من الحادية عشر إلى الواحدة زوالا، ومـن السادسـة إلـى العاشرة مساءا، وكانت التقنيات المستخدمة في البث تقليدية، و تتعرض البرامج في كـل مـرة للتشويش من قبل السلطات الفرنسية، و رغم أن هاته الإذاعة اتخذت مـن التـراب المغربـي مركزا لها، إلا أن هذا لم يمنع السلطات الفرنسية من محاولات اكتشاف مركز البث باسـتعمال

([1]) المرجع نفسه، ص 60.

الطائرات و محاولة تدميرها عن طريق القصف مما صعب من مهمة الجهاز الإذاعي والعاملين به، رغم هذا فقد تواصل البث الإذاعي خدمة للقضية الجزائرية، و قد نصت اتفاقية أيفيان الموقعة في 19 مارس 1962 على إبرام اتفاق مستقبلي لتحرير الشروط التي بمقتضاها تقوم فرنسا بنقل منشآت الراديو والتلفزيون الفرنسي بالجزائر إلى حيازة الجزائريين كلية، و إلى أن يوقع هذا الاتفاق فإن الشبكة الجزائرية (راديو الجزائر) تستمر تحت الإدارة المؤقتة للراديو والتلفزيون الفرنسي[1].

و لكن في 17 أوت 1962، أعلنت الهيئة التنفيذية المؤقتة أنها كلفت شخصية جزائرية بالإشراف على المعطيات الإذاعية، إلى أن يتم تشكيل الحكومة الجزائرية. و في أواخر 1962 وقبل بداية المفاوضات، عينت الحكومة المؤقتة أحد الجزائريين مديرا عاما للإذاعة والتلفزيون، وفي 28 أكتوبر تم نقل الإذاعة والتلفزيون. ومن هنا بدأت مرحلة جديدة من مراحل البث الإذاعي في الجزائر أثناء الاستقلال.

د- البث الإذاعي عقب الاستقلال:

كان النظام الإذاعي في الجزائر منذ الاستقلال نابع من النظام الاشتراكي، أي احتكار الدولة ومراقبتها لعملية البث الإذاعي. ولقد أدت عوامل مختلفة إلى توجيه السياسة الجزائرية في ميدان الإعلام منها:

إن استقلال الجزائر صادفه الاستعمال الواسع للراديو، و انتشاره في مختلف نقاط العالم، إضافة إلى بزوغ أشعة الجهاز الجديد و هو التلفزيون خاصة في العالم الغربي، فأصبح الاهتمام بهذه التقنيات من الضروريات الظرفية التي لابد من الاعتناء بها لقدرتها الكبيرة على توجيه الرأي العام،إضافة إلى إمكانية الإعلام و الترفيه بكيفية بسيطة، حيث أن الواقع الجزائري بعد الاستقلال كان يتميز بوجود نسبة كبيرة من الأمية تقارب 80%[2]، و هذا يعني أن هذه النسبة الكبيرة من السكان لا تحسن القراءة و لا تستطيع مطالعة الصحف و لا يمكن للسلطات الاتصال بها إلا بالوسائل الشفوية باستعمال الإذاعة و التلفزيون، و هكذا عملت السلطة غداة الاستقلال

---

[1] زهير أحدادن: المرجع السابق، ص 106

[2] المرجع نفسه، ص 107.

على تحسين هذا الجهاز بزيادة المنحة المخصصة للإذاعة و التلفزيون، وتوسيع شبكة الإرسال وتقويتها، إضافة إلى توفير أجهزة الاستقبال.

و لقد كان الإطار العام لسير النظام الإذاعي و النظام الإعلامي منبثقا أساسا من المواثيق و الدساتير التي ميزت هذه المرحلة، و لقد اتفقت في مجملها على جعل قطاع البث الإذاعي من القطاعات المهمة التي تدخل ضمن احتكار الدولة، و بالتالي منع قيام المشاريع الخاصة في مجال الإذاعة، وقد تميز القطاع كذلك بالرقابة المباشرة على سير العملية.

بالإضافة إلى قطاع الاحتكار فإن النظام الإعلامي تميز بالتمركز و العدد المحدود من المحطات، فقد كانت أربعة محطات لكل واحدة لغة معينة، حيث كانت الأولى بالعربية و الثانية بالأمازيغية و الثالثة بالفرنسية، أما الرابعة فكانت تبث بمختلف اللغات، كونها موجهة للخارج في إطار الإذاعة الدولية، و كل هذه المحطات تبث انطلاقا من العاصمة، مما يكرس طابع المركزية، فلم تكن أية عملية بث تقوم انطلاقا من أية نقطة من الوطن ماعدا الجزائر العاصمة.

أما الصيغة المتعلقة بالتمويل، فإن قطاع الإذاعة بقي من القطاعات الحكومية، فكانت الإذاعة العمومية تموله أساسا بمنحة من الدولة و الضريبة الجزافية على أجهزة الاستقبال. لقد بقي قطاع الإذاعة يسير في هذا الاتجاه انطلاقا من السياسة الإعلامية للدولة المنبثقة عن المواثيق و الدساتير المتعاقبة حتى عشية دستور 23 فبراير 1989، فقبل هذا الدستور كان قطاع الإذاعة خاضعا لنفس المعايير التي سار عليها منذ الاستقلال[1]، و المنبثقة أساسا من النظام الاشتراكي، و لم تتغير الصيغة القانونية المحددة لطبيعة النظام الإذاعي أو الإعلامي، باستثناء بعض النقاط الإجرائية المتعلقة بتوسيع شبكات البث، و الإرسال لصالح المحطات الأربع، مع غياب أي شكل من أشكال المحطات الجهوية أو المحلية، نظرا لضعف الإعلام المحلي و عدم تشجيعه لخدمة الطابع المركزي قصد إسماع نفس الرسالة الإعلامية، أو البرنامج المذاع لمعظم الشرائح الاجتماعية في مختلف مناطق الوطن، قصد توليد ثقافة وطنية موحدة، و هذا انطلاقا من المبادئ التي يقوم عليها النظام القائم في تلك الفترة[1].

[1] المرجع نفسه، ص 108.

(1) المرجع نفسه، ص 108.

هـ- تطوير الشبكة الوطنية للبث الإذاعي:

بعد الاستقلال عام 1962 ورثت الجزائر شبكة بث إذاعي تغطي بعض المناطق خاصة تلك الآهلة عام 1966، حيث أنشأت في هذه السنة محطتان جديدتان للإرسال الأولى بعين البيضاء لتغطية الشرق الجزائري، و الثانية بمنطقة سيدي بلعباس لتغطية الغرب الجزائري، وكانت هاتان المنطقتان تذيعان على الموجة المتوسطة بقوة 300 كيلوات و في سنة 1968 ارتفعت هذه القوة إلى 600 كيلووات لصالح القناة الأولى، و في سنة 1970 تم تعويض أجهزة الإرسال القديمة المتوسطة القوة بأولاد فايت بجهازي إرسال جديدين بقوة 600 كيلووات كل واحد منهما، الأول لصالح القناة الأولى، وقد بدأت استخدامه عام 1980، والثاني للقناة الثانية وقد بدأت استخدامه عام 1983، و ذلك في الموجة المتوسطة، و لهذا أصبح من الممكن الاستماع للإذاعة بأغلب مناطق البلاد.

من أجل إسماع صوت الإذاعة الجزائرية في الخارج تم عام 1971 إنشاء 05 أجهزة ذات 100 كيلوواط على الموجة القصيرة و 03 أجهزة بـ 50 كيلوواط لكل جهاز، و ذلك قرب منطقة أولاد فايت و هذا لإرسال برامج القناة الأولى، الثالثة و الرابعة، كما أقيم جهاز بقوة 1500 كيلوواط على الموجة الطويلة لصالح القناة الثالثة و ذلك بمنطقة تيبازة غرب العاصمة، كما تم وضع جهازين آخرين الأول بقوة 20 كيلوواط بأولاد فايت على الأمواج المتوسطة والثاني بقوة 04 كيلوواط بعين الحمام قرب تيزي وزو، و هما جهازين مستعملين لصالح القناة الثانية(1)، بهذا تم تغطية الشمال الجزائري بالبث الإذاعي على الموجة المتوسطة والقبائل، وبعد ما أنجز في الشمال على صعيد أجهزة الإرسال توجهت الأنظار إلى الجنوب الشاسع حيث أقيمت انطلاقا من عام 1972 أجهزة أخرى لاستقبال الموجات و إعادة بثها وكان الغرض من ذلك راجع لكون الصحراء الجزائرية واسعة جدا لهذا فإن الاهتمام بهذا النوع من الأجهزة ضروري لتغطية أكبر نسبة من مساحات الجنوب، ففي هذه السنة تم وضع جهاز إرسال بقوة 300 كيلوواط على الموجة المتوسطة في منطقة بشار لصالح القناة الأولى، و جهاز ثاني بقوة 1500 كيلوواط بورقلة بنفس القناة(2)، رغم هذه الجهود فقد أثبتت الدراسات التي قامت بها جهات تقنية في مجال البث الإذاعي أن المساحة الشاسعة للبلاد خاصة في الجنوب

---

(1) المرجع نفسه، ص 110.

(2) المرجع نفسه، ص 111.

وكذا الظروف المناخية و الجغرافية المختلفة غير مناسبة لإنجاز شبكة أرضية عالية من الحزم الهرتزية، الشيء الذي يتطلب توظيفات مالية عالية، و لهذا تقرر إنجاز شبكة للاتصال عبر القمر الصناعي، و تم الاتفاق بين الجزائر والمنظمة الدولية "أنتلسات" على استئجار قناة قصد استعمالها للاتصال الداخلي و نقل البرامج الإذاعية والتلفزيونية إلى كافة سكان الجنوب، و من أجل تحقيق الربط تم إنشاء عدة محطات فرعية أرضية في مختلف مناطق الجنوب الجزائري وكلها مشتركة مع محطة الأخضرية للاتصالات عبر الأقمار الصناعية، و بهذا أصبح الاستماع للراديو ابتداءا من عام 1978 متكاملا و يتم في أغلب مناطق البلاد، و في مختلف أنحاء العالم. بالنسبة للقنوات الموجهة للخارج، بقي قطاع الإذاعة يسير وفق النهج حتى عشية التحول الذي عرفته الجزائر بعد إقرار دستور 1989.

5- سياسة الجزائر في ميدان الإعلام المسموع:

يعرف الإعلام الجزائري اليوم و معه قطاع البث الإذاعي تحولات كبيرة سواء ما تعلق بالنصوص والتشريعات المنظمة لهذا النشاط أو ما تعلق بالهياكل و عدد القنوات و خصائصها، و قد جاء هذا التحول كحتمية للتغيير الشامل الذي عرفته الجزائر عقب دستور فبراير 1989، وقصد الوقوف عند هذا التغير ودراسة واقع البث الإذاعي في الجزائر، نستعرض في البداية التشريعات الجديدة، ثم أهم الهياكل ثم جرد كامل لكل المحطات الإذاعية التي تبث انطلاقا من التراب الجزائري.

أ- تشريعات البث الإذاعي:

يعد دستور 23 فيفري 1989 حتمية فرضتها ظروف داخلية و خارجية، و يعد هذا الأخير المرجع الذي يوجه السياسة العامة للبلاد في مختلف المجالات و منها قطاع الإعلام، ويتجسد هذا التوجه الجديد للدولة في مجال البث الإذاعي في ما جاء به قانون الإعلام 1990 وما ورد في دفتر الشروط العام الذي نص عليه المرسوم التنفيذي رقم 92-137 المؤرخ في 07 أفريل 1992.

ب- قانون الإعلام 1990:

يستند قانون الإعلام 1990 على ما ورد في دستور فيفري 1989 خاصة الماد 35-36-39-40 فتنص المادة الثانية من هذا القانون "الحق في الإعلام يجسده حق المواطن في الإطلاع بكيفية كاملة وموضوعية على الوقائع و الآراء التي تهم المجتمع على الصعيدين الوطني والدولي، و حق مشاركته في الإعلام لممارسة الحريات الأساسية للتفكير و الرأي و التعبير طبقا للمواد 35-36-39-40 من الدستور[1].

إن حق المواطن في الإعلام يتجسد بتوجيه هذا الأخير لكل شرائح المجتمع و في كل المناطق، وبالتالي يجب على الإعلام أن يقترب من المواطن، و هذا ما يناقض الذهنية السابقة التي تركز على طابع المركزية والإعلام الموجه. أما المادة الرابعة فتنص على:

يمارس الحق في الإعلام خصوصا من خلال ما يأتي:

- عناوين الإعلام و أجهزته في القطاع العام.
- العناوين و الأجهزة التي ينشؤها الأشخاص الطبيعيون و المعنيون و الخاضعون للقانون الجزائري و يمارس من خلال أي سند كتابي و تلفزي[2].

وتعني هذه المادة الخواص و الجمعيات المختلفة في إنشاء و امتلاك وسائل إعلامية والسماح بإقامة محطات إذاعية، و بالتالي رفع الاحتكار المطلق الذي كانت تفرضه الدولة على قطاع البث الإذاعي، وقد جاءت المادة (56) لتحدد البعد الذي اتخذه هذا الحق في استعمال الذبذبات حيث تنص: يخضع توزيع الحصص الإذاعية و الصوتية و التلفزية و استخدام التوترات الإذاعية و الكهربائية لرخص و دفتر عام للشروط تعده الإدارة بعد استشارة المجلس الأعلى للإعلام، و يمثل هذا الاستخدام شكلا من أشكال الاستغلال الخاص للأملاك العمومية التابعة للدولة" لقد جاءت هذه المادة لتنبه إلى وجود دفتر للشروط يحدد و ينظم عملية البث للإذاعة الصوتية أو التلفزيون، هذا ناتج عن أهمية هذا القطاع و ضرورة وجود هيئة بتنظيمه حيث أن البث الإذاعي يختلف عن الصحافة المكتوبة، حيث توجد عدة خصائص منها إمكانية

([1]) الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، عدد 14 لـ 04-04-1990.

([2]) المرجع نفسه.

التداخل و لا محدودية الجماهير التي يمكنها التقاط هذه البرامج، و يتجلى هـذا التنظـيم فـي الرخص و احترام الدفتر العام للشروط، وقد جاء البند الأخير من هذه المادة ليبين أن الحق في استعمال الترددات لا تعد أملاك عمومية تابعة للدولة، وقد جاءت المادة 16 لتحدد الجهة التـي لها صلاحية توزيع الرخص و تتمثل في المجلس الأعلى للإعلام حيث تنص: "يسلم المجلـس الأعلى للإعلام الرخص ويمد دفاتر الشروط المتعلقة باستعمال التوترات الإذاعيـة الكهربائيـة والتلفزية كما تنص المادة 56 أعلاه".

و منه فإن قانون الإعلام 1990 حدد إلى درجة معينة التوجه الجديد للدولة فـي مجـال البث الإذاعي، واستنادا لهذا القانون جاء قانون 1992 المتعلق بدفتر الشروط العام.

جـ - دفتر الشروط العام الخاص بتنظيم البث الإذاعي:

ورد هذا الدفتر في المرسوم التنفيذي رقم 92-137 المؤرخ في 07 أفريل 1992 "والذي يتضمن المصادقة على دفتر الشروط التقنية المتعلقة بـالتوترات الراديـو كهربائيـة للإذاعـة بموجات هرتزية للبرامج الإذاعية الصوتية أو التلفزية، و كذا التوزيع بالأسلاك للبث الصـوتي أو التلفزي كما ورد في المادة الأولى من هذا المرسوم"[(1)].

و ينقسم هذا الدفتر إلى أربعة فصول هي: الفصل المتعلق بالأحكام العامة ثم فصل ثـاني خاص بالخصائص التقنية، ثم فصل يتناول شروط الاستغلال و أخيرا فصل خـاص بالمراقبـة التقنية للأجهزة، و يعد هذا الدفتر بمثابة النص المباشر في التشريع الجزائري الـذي يتنـاول الشروط و الضوابط التي تنظم قطاع البث الإذاعي في المرحلة الحالية.

6- نشأة الإذاعات المحلية في الجزائر:[(1)]

تعود تجربة البث الإذاعي في الجزائر إلى الأعوام القليلة الفارطة، حيـث أنهـا حديثـة العهد، واقترنت بحداثة التجربة الديمقراطية ذاتها، و تمثلت هذه البداية في المشـروع الـوطني الذي سعت من خلاله الدولة إلى تطوير قطاع السمعي البصري في تمكينه من مواكبة الواقـع بالموازاة مع ما طرأ على هذا الأخير من تغيرات و تحولات، خاصة بعد أحداث أكتوبر 1988

([1]) الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، عدد-4- الصادرة في 1992.

([1]) مقابلة مع مدير تنسيقية الإذاعات الجهوية، "لوناكل شعبان" يوم: 2008/03/18.

التي فرضت على السلطة ضرورة التخلي على منطق الوحدة في التفكير و التوجه فـي ظـل الحزب الواحد في النظر بمنطق تعدد الرؤى و الأفكار من خلال التعددية السياسية و الفكريـة، وسعيا وراء تجسيد هذا التوجه الجديد في مجال الإعلام شرعت المؤسسة الوطنية للإذاعة فـي منتصف سنة 1991 بإقامة عدة محطات إذاعية محلية في كافة المجالات، و قد سبق إنشاء هذه المحطات تأسيس مديرية تنمية الإذاعات المحلية التي حددت مهمتها في تسيير هذه المحطات و تنسيق مهامها وتوجيه برامجها و ذلك في سبتمبر 1993، هذه المديرية قامت بتقـديم برنـامج حقيقي لرئاسة الحكومة يقضي بإنشاء المحطات المحلية، و كانت موزعـة حسـب المنـاطق الجغرافية و الكثافة السكانية و الخصوصية المحلية و الإمكانات المادية التقنية للإذاعة الوطنية.

أما من الناحية القانونية فإن هذه الرؤية الجديدة للدولة تجاه قطاع الإعلام تجسدت بشـكل واضح في دستور 1989 و الذي نص على التعددية السياسية و الفكرية من خلال المواد 35-36-39-40 التي تنص على حرية الرأي و الفكر و المعتقد، و كذا ما ورد في قانون الإعلام لأفريل 1990 في مواده 1 و2 و3 و4 و 5 و هي المواد التي تتضمن الاعتراف بحق الإعلام و الحق في الإعلام، فالمادة 56 من هذا القانون تعلن صراحة عن نهاية الاحتكار و تعبر أيضا عن فتح المجال للخواص باستعمال الموجات بعد الترخيص،لأن الارتدادات ملك للقطاع العـام وكانت أولى هذه الإذاعات المحلية عام 1990 تمثلت في إذاعة متيجة بالعاصـمة، و آخرهـا إذاعة البرج 2008 و بذلك تكون شبكة الإذاعات المحلية قد بلغت 36 محطة عامـة، وثـلاث محطات موضوعاتية و هي : البهجة الموسيقية وإذاعة القرآن الكريم الدينية و الإذاعة الثقافية.

خلاصـة:

لقد تناولنا في هذا الفصل موضوع الإذاعة حيث تطرقنا إلى نشأتها و تاريخها و دورهـا وما يمكن أن تقوم به في المجتمع، و ركزنا على الخصائص التي تمكنها من أداء دورها بأكثر فعالية. رأينا أنه من الضروري التعريف بالبرامج الإذاعية و شروط نجاحها و تحديد أنواعهـا كي ندرك أسباب إقبال المستمعين على مادة الإذاعة و مدى تميزهـا بالبسـاطة و الوضـوح، بالإضافة إلى تعرضنا إلى معالجة موضوع الإعلام المسموع في الجزائر، حيث تطرقنـا إلـى نشأته و تطوره، مع التركيز على المحطات الإذاعية العربية التي كانت تبث البرامج و أخبـار الثورة الجزائرية، ومالها من تأثير بالغ على المناضلين بصفة خاصة و الشعب بصفة عامة.

كما تطرقنا إلى سياسة الجزائر في مجال الإعلام، فاستشهدنا بنصوص تشـريعية. هـذا بإيجاز أهم ما ورد في هذا الفصل من الإطار النظري للدراسة.

الباب الثاني

الجانب التطبيقي للدراسة

الفصل الخامس

منهجية الدراسة

تـ ـمهيد

1- منهج الدراسة
2- ميدان ومجتمع الدراسة
3- عينة الدراسة
4- متغيرات البحث
5- أدوات جمع البيانات
   أ- استمارة الاستبيان
   ب- المقابلة

خلاصة

تمهيـد

يعتبر اختيار المنهج مرحلة حاسمة من مراحل البحث العلمي، وإن اختيار المنهج الملائم للبحث لا يجب أن يتم بالصدفة أو بالطريقة العشوائية، بل يجب أن يتم بطريقة مقصودة مـن أجل ملاءمة جيدة للموضوع وتحقيق أهداف الدراسة، لذلك فإننا من خلال هذا الفصل سـوف نتعرض لأهم الإجراءات المنهجية للدراسة من المنهج المستخدم وعينة الدراسة وأدوات جمـع البيانات قبل كل هذا نقوم بدراسة استطلاعية.

وهذا ما ستوضحه الخطوات المبينة في هذا الفصل.

1- منهج الدراسة:

إن الهدف من هذه الدراسة هو معرفة اتجاهات الطلبة نحو الحصص الرياضية بالإذاعة الوطنية، واستجابة لطبيعة الموضوع والإشكال القائم المطروح، اخترنا المنهج الوصفي الـذي "هو عبارة عن استقصاء ينصب في ظاهرة من الظواهر كما هي قائمة في الحاضـر بقصـد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقات بين عناصرها".[1] كما يعتبر هذا المنهج عبـارة عن "إعطاء أوصاف دقيقة للظاهرة الحادثة حتى يتسنى للباحث حل المشكلات "[2]، واخترنـا المنهج الوصفي لكونه يساعدنا على تحقيق أهداف الدراسة. ويمكن القول أن الكثير من بحوث الإعلام ووسائله تعتبر من نوع البحوث الوصفية، حيث نسعى إلى التعرف على آراء شريحة مهمة في المجتمع حول الحصص الرياضية بالإذاعة الوطنية، ووصف علاقة هـذا الجمهـور بالإذاعة، ومدى اهتمامه بمادته الإعلامية، ومن ثم مدى إقباله على البرامج الرياضـية مـن خلال المنهج الوصفي الذي يمكننا من كشف ملامح الظاهرة محل الدراسة.

2- ميدان ومجتمع الدراسة:

تم تحديد ميدان الدراسة بجامعة الجزائر، وبالضبط معهد التربية البدنية والرياضية الكائن بالمدينة الجديدة سيدي عبد الله التابعة لدائرة زرالدة، وتم الاقتصار على طلبة السنة الرابعـة بجميع التخصصات سواء عند الذكور أو الإناث. وكان اختيارنا لطلبة معهد التربيـة البدنيـة والرياضية بالجزائر العاصمة لما يتمتع به من سمعة طيبة على المستوى الوطني، ولاحتوائـه على أكبر عدد من الطلبة من كل جهات الوطن مقارنة بالمعاهـد الموجـودة فـي الولايـات الأخرى والتي يقصدها أكثرية محلية من الطلبة، بالإضافة إلى موقعـه الإسـتراتيجي الهـام بالعاصمة. في حين كان اختيارنا لطلبة السنة الرابعة لعدة أسباب أهمها :

أ - المستوى العالي للطالب بعد الخبرات التي اكتسبها من خـلال دراسـته للسـنوات الماضية في المجال الرياضي وتمتعه بمعلومات واهتمامات رياضية.

---

(1) رابح تركي: مناهج البحث في علوم التربية وعلم النفس، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1984، ص 23.

(2) محمد موسى: أسس ومناهج البحث في علوم التربية وعلم النفس، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1984، ص 40.

ب - إن طالب السنة الرابعة له الوقت الكافي مقارنة بطالب السنوات الأخرى أين يكون الاهتمام منصبا على أشياء أخرى مثل مكان الإقامة والنقل..الخ وهو ما قد يؤثر سلبا على نتائج البحث.

جـ - معظم الطلبة في مستوى السنة الرابعة يختارون تخصص كرة القدم من بين أهم الاختصاصات المهمة لهذه الفئة، مع العلم أن حصة أستوديو الكرة مواضيعها تتمحور حول كرة القدم.

لقد تعمدنا هذا الاختيار أيضا لضمان الموضوعية، بحكم إدراك العينة المبحوثة لمدى أهمية هذه الدراسة، وكونهم من شرائح المجتمع المثقفة ومن شباب يعشق كرة القدم ويتابع أخبارها باستمرار، وهو ما يدفعه إلى متابعة البرامج الرياضية، وخاصة حصة أستوديو الكرة وذلك مهما كان تخصصه.

3- عينة الدراسة :

قبل التطبيق الفعلي لاستمارة البحث، قمنا بدراسة استطلاعية أولى، حتى تمكنا من تحديد إشكالية البحث، ومدى امتدادها، ومعرفة الطلبة الذين يتابعون الحصة من نفس مجتمع الدراسة، الذي يبلغ 433 طالب بمساعدة فريق من المعاونين، أساتذة، وطلبة سنة أولى تحضيري الماجستير، وكانت التعليمات المحددة لفريق المعاونين ، أن يسجلوا بالإضافة إلى إجابات المبحوثين كافة ملاحظاتهم على أسئلة الاستمارة، ومن خلال مراجعة هذه الإجابات والملاحظات، تم تنقيح الاستمارة، وإدخال تعديلات أخرى، ثم صياغة الاستبيان في صورته النهائية، ثم كانت فترة ثانية من الدراسة والتي تتمثل بالالتقاء بالطلبة الذين يتابعون حصة أستوديو الكرة والمقدر عددهم 200 طالبا من مجموع 433 طالبا أي بنسبة 46.18 بالمائة، فكل تخصص أخذ فترة لا بأس بها من الاهتمام، واستغرقت فترة الدراسة الميدانية ثلاثة أشهر ابتدءا من شهر ديسمبر 2007

وهذه التفاصيل الكاملة المتعلقة بعينة الدراسة:

يتكون مجتمع بحثنا من 433 طالب من بينهم 21 طالبة في السنة الرابعة معهد التربية البدنية والرياضية دفعة 2008/2007، مقسمين على تخصصات الرياضات الجماعية التالية :

- كرة القـدم ـ ـ ـ ـ ـ ـ ـ 121 بنسبة 27.94 %
- كرة اليـ ـد ـ ـ ـ ـ ـ ـ ـ 101 بنسبة 23.33 %
- كرة الطائرة ـ ـ ـ ـ ـ ـ ـ 151 بنسبة 34.87 %
- كرة السلـة ـ ـ ـ ـ ـ ـ ـ 60 بنسبة 13.86 %

أما العينة المبحوثة من المجتمع الأصلي والتي تتابع حصة أستوديو الكرة فبلغت نسـبتها 46.18 بالمائة، وهو ما يعادل 200 طالب مبحوث من بينهم 09 طالبات، وعليه تكون العينـة المتابعة لحصة أستوديو الكرة حسب التخصصات الآتية:

- كرة القـدم ـ ـ ـ ـ ـ ـ 80 بنسبة 40 %
- كرة اليـ ـد ———— 60 بنسبة 30 %
- كرة الطائرة ـ ـ ـ ـ ـ 40 بنسبة 20 %
- كرة السلـة ـ ـ ـ ـ ـ 20 بنسبة 10%

واستعملنا لمعالجة هذا الموضوع العينة العمدية أو القصدية والتي يعرفهـا محمـد عبـد الحميد "بأنها – تلك العينات التي تشمل أسماء الصحف أو البرامج أو المقالات ويلجا الباحـث إلى اختيارها تبعا لمواصفة معينة محددة مسبقا بحيث لا يكون لفريق البحث الاختيار "[(1)]

والعينة حسب محمد عبد الحميد –" هي جزء من المجتمع الكلي المراد تحديد سماته بنسبة مئوية يتم حسابها طبقا للمعايير الإحصائية وطبيعة مشكلة البحث ومصادر بياناته "[(2)]

ويصنفها إلى نوعين: عينات احتمالية وعينات غير احتمالية. وتندرج عينات هذا البحـث في إطار العينات غير احتمالية – القصدية – حيث يسمح هذا النوع من العينة بتدخل العامـل الشخصي في الاختيار على عكس العينة الاحتمالية التي تخضع لقوانين الاحتمالات.

والعينة العمدية أو القصدية هي العينة التي يعتمد الباحث في أن تكون من وحدات معينة لأنه يعتقد أنها تمثل المجتمع الأصلي تمثيلا صحيحا.

[(1)] محمد عبد الحميد : تحليل المحتوي في بحوث الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص 103.

[(2)] المرجع نفسه ، ص 110.

4- متغيرات البحث:

انصب التركيز في هذه الدراسة على المتغير المستقل وهو الذي يؤدي في قيمته إلى التأثير في قيم متغيرات أخرى لها علاقة به، والمتغير المستقل في هذه الدراسة هو" حصة أستوديو الكرة"، والمتغير التابع هو الذي تتوقف قيمته على قيم متغيرات أخرى، ومعنى ذلك أن الباحث حينما يحدث تعديلات على قيم المتغير المستقل تظهر نتائج تلك التعديلات على قيم المتغير التابع، وفي هذه الدراسة فهو معرفة "اتجاهات" طلبة السنة الرابعة تخصص رياضة جماعية.

ووسيلة الربط بين المتغير المستقل والمتغير التابع في هذه الدراسة هي كلمة "نحو" .

5- أدوات جمع البيانات:

أ- استمارة الاستبيان

كان اعتمادنا في قياس وجمع المعلومات بنسبة كبيرة على أداة الاستبيان، واستعملنا استمارة متكونة من أربع محاور مرتبطة بجوانب الدراسة وتحتوي هذه المحاور على 35 سؤال وكل سؤال له علاقة بالآخر لضمان الإجابة على فروض البحث المقدمة آنفا، وهذا بمساعدة مجموعة من الدكاترة وأساتذة متخصصين في مجال علم النفس وعلم الاجتماع وكذلك التربية البدنية والرياضية ومن قسم الإعلام والاتصال من جامعة الجزائر والمسيلة.

والاستبيان حسب –محمد عبد الحميد – "هو أسلوب جمع البيانات التي تستهدف الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق وآراء وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها، دون تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات"[1] ولقد قسمت أسئلة الاستمارة إلى أربعة محاور تمثلت فيما يلي :

المحور الأول : متعلق بمعلومات عامة عن أفراد عينة الدراسة، تضمن الأسئلة من رقم 01 إلى الرقم 04.

---

(1) محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، ط- 1، عالم الكتاب، القاهرة، 1997، ص183.

المحور الثاني : متعلق بمعرفة بيانات حول متابعة المبحوثين لحصة "أستوديو الكرة" تضمن الأسئلة من رقم 05 إلى الرقم 08.

المحور الثالث : متعلق بمعرفة اتجاهات الطلبة نحو المواضيع التي تقدمها حصة "أستوديو الكرة" ، تضمن الأسئلة من رقم 09 إلى الرقم 16.

المحور الرابع : متعلق بمعرفة اتجاهات الطلبة نحو نوعية الحوار بحصة "أستوديو الكرة"، تضمن الأسئلة من رقم 17 إلى الرقم 25.

المحور الخامس : متعلق بمعرفة اتجاهات الطلبة نحو ضيوف حصة "أستوديو الكرة"، تضمن الأسئلة من رقم 26 إلى الرقم 33.

ب- المقابلة

كما استعنا في بحثنا هذا على أداة المقابلة مع رئيس القسم الرياضي بالقناة الأولى وكل طاقمه بما فيهم مقدم الحصة وهو حاليا رئيس قسم الأخبار بعد ترقيته من رئيس القسم الرياضي إلى رئيس قسم الأخبار بالإذاعة وهذا باستعمال مسجل.

كذلك حضرنا إلى الأستوديو الذي تبث فيه الحصة يوم الجمعة وكان لنا بعض اللقاءات مع ضيوف الحصة.

والمقابلة، هي تقنية وتفاعل مباشر، بين الباحث والمبحوث، ويعرفها أنجلش" بأنها محادثة موجهة يقوم بها الباحث مع المبحوث بغرض الحصول على معلومات لتوظيفها في البحث العلمي أو للاستعانة بها في عمليات الإرشاد والتوجيه والتشخيص والعلاج، حتى يتسنى للباحث حل المشكلات "[2].

[2] محمد شفيق: البحث العلمي الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية ، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية،مصر،1985، ص106.

خلاصة :

تطرقنا في هذا الفصل لأهم المراحل المنهجية للدراسة التي حـددت المـنهج المسـتخدم حسب طبيعة الموضوع، وتم تحديد عينة الدراسـة وأدوات البحـث مـن خـلال الدراسـة الاستطلاعية الميدانية التي قمنا بها، وسوف تكون هذه الإجراءات المنهجية أكثر استخداما في الفصل الموالي.

الفصل السادس

تبويب وتحليل النتائج

تمهيد

1. بطاقة فنية للقسم الرياضي بالقناة الأولى للإذاعة الوطنية
2. بطاقة فنية للحصص الرياضية بالقناة الأولى للإذاعة الوطنية
3. بطاقة فنية لحصة أستوديو الكرة بالقناة الأولى للإذاعة الوطنية
4. تبويب وتحليل البيانات العامة
5. تبويب وتحليل البيانات الخاصة باتجاهات الطلبة نحو المواضيع التي تقدمها حصة أستوديو الكرة
6. تبويب وتحليل البيانات الخاصة باتجاهات الطلبة نحو نوعية الحوار بحصة أستوديو الكرة
7. تبويب وتحليل البيانات الخاصة باتجاهات الطلبة نحو ضيوف حصة أستوديو الكرة

خلاصة

تـــمهـيـد

في هذا الفصل سوف نتطرق إلى تبويب وتحليل اتجاهات الطلبة نحو مواضـيع حصـة أستوديو الكرة، واتجاهات الطلبة نحو نوعية الحوار، وكذلك اتجاهات الطلبة نحو ضيوف حصة أستوديو الكرة. وقبل هذا كله نتعرف على القسم الرياضي بالقناة الأولى، وبطاقة فنية عن حصة أستوديو الكرة.

1- بطاقة فنية للقسم الرياضي بالقناة الأولى للإذاعة الجزائرية :

إن تاريخ القسم الرياضي بالمؤسسة الوطنية، يختلف باختلاف المراحل التي مرت بها منذ نشأتها، وكانت سنة **1963** البداية الأولى في نقل المباريات الخاصة بكرة القـدم، وأول مبـاراة بثت على أمواج الإذاعة الجزائرية، كانت في نفس السنة بين المنتخـب الجزائـري ونظيـره البرازيلي، وعلق عليها الصحفي محمد صلاح[1]، و يمكن اعتبار سنة **1963** تاريخ البداية الفعلية للإعلام الرياضي في الإذاعة، ومن أبرز الصحفيين آنذاك الذين كانت لهم دراية معتبـرة فـي ميدان الرياضة : محمد صلاح، بولخروف اعمر، عبد الرحمان قهواجي، عبد القيوم بوكعباش، زواوي عبد الرزاق.

وقد كانت لهذه المجموعة نشاطات إعلامية قليلة، تمثلت في نقل مقابلة في كرة القدم أيام الأحد، وكذا تقديم بعض الحصص، كحصة رياضة وموسيقى، التي كان يقدمها عبد الرحمـان قهواجي، بالإضافة إلى برنامج الأسبوع الرياضي الذي كان يقدمه لخضر حمدة. أمـا حصـة نتائج وانطباعات، فتوالى على تقديمها كل من محمد صلاح، وعبد القيـوم بوكعبـاش، وعبـد الرحمان قهواجي، ومن بين الحصص الرياضية كذلك برنامج مرآة الرياضة، الذي كان يبـث كل يوم أحد.

إن الشيء الملاحظ حول هذه الفترة، هو أن القسم الرياضي لم يكن يمثل قسما إعلاميـا حقيقيا، لأنه لم يكن من الناحية القانونية قسما قائما بذاته، بل كان تابعا لقسم الأخبار، كما أنه لم يكن له مكتب، ولا حتى قاعة تحرير خاصتين به .

ومع بداية السبعينيات، حاول القسم الرياضي إدخال بعض التحسينات الطفيفة، بحيث بدأ في سنة **1970** في إنتاج حصص جديدة، وانطلاقا من سنة **1975** تحسن القسم الرياضي تدريجيا، كما تم تعيين صحفيين جدد ساهموا في تحسين محتوى البرامج الرياضية، و رفع حجمها الذي وصل مثلا في سنوات **76-77-78** إلى حوالي **637** ساعة ، أي ما يعـادل نسـبة **7.4%** مـن البرنامج الإجمالي للإذاعة.

---

1 - **مقابلة مع الصحفي السيد "محمد صلاح" رئيس القسم الرياضي،سابقا، يوم 2008/03/19 .**

حيث بذلت مجهودات كبيرة لتغطية كل الرياضات الأخرى، ككرة اليد، كرة السلة، كـرة الطائرة، الملاكمة، وألعاب القوى بمزيد من الاهتمام.

بحلول سنة **1981**، تحول القسم الرياضي إلى قسم خاص، الشيء الذي سمح له بالبروز أكثر في الإذاعة من الناحية الإعلامية، وهذا خاصة من حيث الازديـاد الواضـح فـي حجـم البرامج الرياضية، حيث شهدت فترة الثمانيات توظيف العديد من الصحفيين الدائمين بالقسـم، قصد تسهيل العمل الصحفي. كما استفاد القسم من التطور التقني الذي شهدته الإذاعة، وأصـبح يعمل باستعمال أجهزة حديثة.

لقد أدت هذه التحولات في مجملها إلى توزيع المهام بين الصحفيين، وبالتالي تغطية كافة الأحداث والنشاطات الرياضية، وكذلك تحسين طريقة العمل، والسرعة في الإنجاز، وهـو مـا سمح في السنوات الأخيرة بتطوير إنتاج القسم كما ونوعا .

2- بطاقة فنية للحصص الرياضية بالقناة الأولى للإذاعة الوطنية:

أ. حصة رياضة وموسيقى:

هو برنامج أسبوعي، يبث كل يوم خميس وجمعة على المباشر ويدوم ثلاثة ساعات، يقدمه صحفي واحد من الأستوديو مباشرة، بالإضافة إلى تغطية مباشرة مـن الملاعـب لمقـابلات البطولة الوطنية لكرة القدم، تشمل القسم الأول والثاني[1]، يشرف على تقديمها مجموعـة مـن الصحفيين. ولتسوية رزنامة البطولة الوطنية أو تقديم بعض الجولات، تبث استثناءا يوم الاثنين على الساعة الثانية بعد الزوال، وهي تهتم خصوصا برياضة كرة القدم، كما تغطي في بعـض الأحيان مختلف التظاهرات الرياضية الوطنية الهامة في مختلف الرياضات كالملاكمـة، كـرة الطائرة، كرة اليد، كرة السلة، و ذلك في إطار منافسات البطولة و الكأس.

ب. - حصة نتائج و انطباعات:

هو برنامج أسبوعي يبث كل يوم جمعة على الساعة السادسة و النصف مسـاءا، يـدوم ساعة كاملة، يقدمه الصحفي " عبد الغاني العايب"، بمساعدة أعضاء القسم الرياضي من خـلال إعداد ملفات عن كل النشاطات الرياضية خلال الأسبوع، ويهتم بجمع كـل النتـائج الخاصـة

[1] **مقابلة مع الصحفي السيد "سمير بوخليفة منشط حصة "رياضة وموسيقى"، يوم 2008/03/19 .**

بالبطولة الوطنية لكرة القدم بقسميها الأول و الثاني، مع تسجيل انطباعات و تصريحات مختلف المختصين في مجال كرة القدم[1].

ج- أخبار الصباح الرياضي :

هو موعد أخباري رياضي يومي ماعدا الخميس والجمعة، يبث على الساعة السابعة وعشرون دقيقة صباحا، يدوم خمس دقائق من البث المباشر ويهتم بجمع مختلف الأخبار الرياضية الوطنية و الدولية، و سردها على مسامعنا، و يشمل في تغطيته مختلف الرياضات بدون استثناء، ويتداول عليه جميع صحفيي القسم الرياضي بالتناوب[2].

د- الأخبار الرياضية:

هي عبارة عن مقتطفات رياضية، تأتي مباشرة بعد نشرة الأخبار الرئيسية، تدوم في غالب الأحيان وقتا لا يتجاوز ثلاث دقائق، تهتم برصد أخبار مختلف الرياضات، والمشاركات الوطنية، سواء للنوادي في مختلف المنافسات القارية أو المنتخبات الوطنية في مختلف الخرجات، من تربصات تحضيرية ولقاءات ودية أو لقاءات رسمية[3].

هـ - حصة ملفات رياضية:

برنامج أسبوعي يسلط الضوء على قضية رياضية بعيدا عن كرة القدم، يحاول الغوص في المشاكل التي تعانيها الفرق الرياضية، من خلال طرح انشغالاتها بحضور المعنيين، وإعطائهم الفرصة للتعبير عن انشغالاتهم، كما انه يشيد بالانجازات التي تحصدها الفرق، وكذا التتويجات. دخل الشبكة البرامجية موسم **2008/2007**، يأتي كل يوم ثلاثاء على الساعة السادسة وعشرين دقيقة، يدوم ساعة واحدة من البث المباشر، يقدمه الصحفي سمير بوخليفة، يهتم بمختلف النشاطات الرياضية الوطنية، ولكن مع بعض التركيز على نشاط الرياضات الأخرى بعيدا عن كرة القدم، وفي بعض الأحيان تستضيف الحصة مختصين وتقنيين لتحليل ومناقشة مشاكل الرياضة الجزائرية[4].

1- **مقابلة مع الصحفي " عبد الغني العايب " يوم 2008/03/19 .**

2 **- مقابلة مع الصحفي "طرافي سعد"** رئيس القسم الرياضي يوم **2008/03/20**

3 **- مقابلة مع الصحفي "طرافي سعد"** رئيس القسم الرياضي يوم **2008/03/21**

4 **- مقابلة مع الصحفي "سمير بوخليفة منشط حصة "رياضة وموسيقى" يوم 2008/03/19**

و- حصة أين هم:

هو برنامج دخل الشبكة البرامجية موسم **2008/2007**، يأتي كل يوم اثنين، على الساعة الثامنة مساءا، ويعاد يوم الأربعاء على الساعة الواحدة صباحا، ويدوم ساعة واحدة، يقف عند الشخصيات التي تركت بصماتها على الساحة الكروية الجزائرية، والرياضية بصفة عامة، يزور هذه الشخصيات في مسقط رأسها، يهتم بكل الرياضيين الذين صنعوا أمجاد الرياضة في الجزائر، يعده و يقدمه الصحفي والمعلق في القسم الرياضي، "محمد صلاح"[1].

ز- حصة الأحد الرياضي:

برنامج أسبوعي مباشر، يبث كل يوم أحد على المباشر على مدار نصف ساعة، يقدمه "مصطفى بويفر" ابتدءا من الساعة السابعة مساءا، يهتم بالأخبار الوطنية والدولية، والبطولات الأجنبية خلال الأسبوع، وأخبار اللاعبين والمدربين الجزائريين في الخارج، ويعتمد في تغطية الأحداث الدولية على مراسلين في العواصم العربية.

ح- حصة الأسبوع الرياضي:

هو برنامج أسبوعي يبث كل يوم خميس على الساعة العاشرة صباحا، يدوم ساعة من البث المباشر، تقدمه الصحفية عائشة محمدي، يتم فيه استعراض النشاطات الرياضية المبرمجة نهاية الأسبوع، وذلك بالتحليل والنقاش مع مجموعة من صحفيي القسم الرياضي، وإعداد ملف عن كل رياضة[2].

ط- حصة أصداء رياضية:

وهو برنامج أسبوعي يأتي كل يوم خميس من الساعة السابعة مساءا إلى السابعة والربع، ويتم فيه استعراض نتائج مباريات البطولات في كل الرياضات مباشرة بعد انتهائها، يقدمه الصحفي توفيق دربال على الهواء مباشرة[3].

---

(1) **مقابلة مع الصحفي "محمد صلاح" منشط حصة أين هم يوم 2008/03/19 .**

(2) **مقابلة مع الصحفية "عائشة محمدي" يوم 2008/03/21**

(3) **مقابلة مع الصحفي مقدم الحصة "توفيق دربال" يوم 2008/03/21.**

3- بطاقة فنية لحصة أستوديو الكرة بالقناة الأولى للإذاعة الوطنية:

هي حصة أسبوعية، تبث كل يوم جمعة على الساعة العاشرة صباحا، تدوم ساعة من البث المباشر، بحضور مختصين، لاعبين، مدربين ورؤساء الفرق و أعضاءالاتحادية الوطنية لكرة القدم، وذلك لتحليل ومناقشة الأحداث الرياضية الهامة، أو المواضيع الشائكة المطروحة على الساحة الرياضية[1].

تهتم بمختلف النشاطات الرياصية الوطنية أو الدولية، المرتبطة برياضة كرة القدم، تعتمد على الأسلوب التحليلي لمناقشة الأحداث مع التركيز على كل صغيرة وكبيرة،حول القضية التي تصنع الحدث خلال الأسبوع، يقدمها الصحفي "عيسى مدني".

كانت بداية انطلاق هذا البرنامجي سنة **1992**، ويأتي كل يوم ثلاثاء من الرابعة إلى الخامسة مساءا، من تنشيط عائشة محمدي، وعيسى مدني.

يعالج مختلف المواضيع المتعلقة بالرياضة، بحضور المعنيين في الأستوديو، بالإضافة إلى تسجيلات خاصة بالقضية المطروحة.

وتعتبر كثافة البرامج في نهاية الأسبوع، هي التي دفعت بالمسؤلين عن القسم الرياضي إلى التفكير في برنامج آخر يساهم في طرح انشغالات المستمعين بالهاتف.

وبداية من سنة **1996**، تحول البرنامج إلى يوم الجمعة على الساعة العاشرة صباحا، ويقدمه الصحفي عيسى مدني بمفرده[2].

---

1 **- مقابلة مع الصحفي مقدم الحصة "عسيى مدني" مدير الأخبار بالقناة الأولى يوم 2008/03/21 ..**

2 **- مقابلة مع الصحفي مقدم الحصة "عسيى مدني" مدير الأخبار بالقناة الأولى يوم 2008/03/21 ..**

4 – تـبـويب وتـحلـيـل الـبـيـانـات الـعـامـة .

جدول رقم 01: - يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	191	% 95.5
إناث	09	% 04.5
المجموع	200	% 100

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة الذكور أكثر من نسبة الإناث في عينة الدراسة من الطلبة الذين يتابعون حصة أستوديو الكرة، حيث أنهم يمثلون 95.5 % من مجموعها، فـي حين أن نسبة الإناث بلغت 4.5 % فقط من مجموع أفراد عينة الدراسة.

ويمكن أن يرجع ذلك إلى عدم إقبال الإناث على فرع التربية البدنية والرياضية بالجامعة، كما أن من خصوصية المجتمع تشجع الذكور على الإقبال على ممارسة الرياضة أكثـر مـن الإناث.

بالإضافة إلى عدم إقبال العنصر الأنثوي على استماع ومتابعـة الحصـص الرياضـية بالإذاعة، حيث أن مثل هذه الحصص ليست من اهتماماتهن، ويمكن للجداول اللاحقة أن تفسـر ذلك .

جدول رقم 02: - يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن

فئات السن	التكرار	النسبة المئوية
22-21	130	% 65
24-23	40	% 20
26-25	20	% 10
أكثر من 26	10	% 5
المجموع	200	% 100

يمثل الجدول رقم 02 سن أفراد عينة الدراسة الذي يتراوح ما بين 21 سنة وأكثـر مـن 26 سنة، حيث أن من يتراوح سنهم ما بين 21 سنة و 22 سنة بلغت نسبتهم 65 %، أما الطلبة الذين يبلغون من السن بين 23 و 24 سنة فقد بلغت نسبتهم 20 %، بينما الطلبة الذين تتـراوح أعمارهم ما بين 25 و 26 سنة فقد بلغت نسبتهم المئوية 10 % من أفراد العينة، أما من بلغوا 26 سنة أو أكثر فقد كانت نسبتهم 5 % من مجموع العينة.

ويعود ذلك إلى كون أفراد العينة هم طلبة السنة الرابعة جامعي، مع العلم بـأن الطالـب الجامعي الذي يتحصل على شهادة البكالوريا في سن السابع عشر يمكـن أن ينهـي دراسـته الجامعية بهذا الفرع في سن 21 سنة.

أما هؤلاء الذين يبلغ سنهم أكثر من 24 سنة، فهم من الذين أعادوا سنة أو أكثر بالجامعة، أومن الذين التحقوا بالجامعة بعدما حصلوا على شهادة البكالوريا بسنوات، أو مـن الـذين لـم يلتحقوا بهذا الفرع بالجامعة باكرا.

جدول رقم 03 : - يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
كرة القدم	80	% 40
كرة اليد	60	% 30
كرة الطائرة	40	% 20
كرة السلة	20	% 10
المجموع	200	% 100

توضح لنا نتائج الجدول أعلاه أن توزيع أفراد العينة المتخصصين في لعبة كـرة القـدم يمثلون أغلبية الطلبة المتابعين لحصة أستوديو الكرة بنسبة 40% من مجموع عينة الدراسة، في حين جاء تخصص كرة اليد في المرتبة الثانية بنسبة 30 %، بينما جاء تخصص طلبـة كـرة الطائرة في المرتبة الثالثة بنسبة 20 %، وأخير كانت نسبة الطلبة المتخصصين في كرة السـلة الأقل نسبة 10% .

ويمكن تفسير ذلك بالشعبية الكبيرة التي تحظى بها لعبة كرة القدم في الوسـط الشـعبي عامة والطلابي خاصة، والحرص على متابعة كل الأخبار المتعلقة بها، خاصـة وأن المحـور الأساسي لحصة أستوديو الكرة يدور حول موضوع كرة القدم .

أما كرة اليد فتأتي في المرتبة الثانية، وهي اللعبة التي تمارس أكثـر فـي المؤسسـات التعليمية، وتحظى بشعبية بعد كرة القدم في الجزائر، خاصة بعد ما شهدته من تطور كبير فـي السنوات الأخيرة، والمكانة العالمية التي احتلتها بعد تأهل المنتخب الجزائري إلى كأس العـالم، والألعاب الأولمبية في السنوات الماضية، في حين نلاحظ بأن تخصص طلبة الكرة الطائرة جاء في المرتبة الثالثة، وهي المرتبة التي تعكس انتشار هذه اللعبة، وهو نفس التفسير الذي نطلقـه على تخصص طلبة كرة السلة.

وهذا ما يتوافق مع الدراسة التي قام بها محمد الحماحمي على عينة مكونة مـن (357) طالبا من الدارسين بقسم التربية البدنية وعلوم الحركة بجامعة الملك سعود بالريـاض وبكليـة التربية البدنية والرياضية بالرياض، سنة 2000 لمعرفة آراء الطلبة المبحوثين حول البـرامج والموضوعات المقدمة من وسائل الإعلام ومدى ميلهم وتفضيلهم لهذه البرامج.

وتوصلت الدراسة إلى أن المبحوثين يفضلون البرامج والموضوعات الرياضية المرتبطة بموضوعات دراستهم العلمية، وتؤكد الدراسة على أن للتخصص العلمي دور في إقبال طـلاب جامعة الملك سعود بالرياض على أوجه النشاط التي تتماشى مع ذلك التخصص[1] كما هو مبين في دراستنا هذه بأن الطلبة المتخصصين أكثر ميلا إلى متابعة حصة أستوديو الكرة.

جدول رقم 04 : يوضح توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة .

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
الحي الجامعي	165	% 82.5
البيت العائلي	30	% 15
عند أحد الأقارب	05	% 02.5
المجموع	200	% 100

[1] محمد الحماحمي وعبد الرحمن ظفر: أوجه نشاط وقت الفراغ لدى طلاب جامعة الملك سعود بالرياض، كلية التربية البدنية والرياضية، المجلد الأول للمؤتمر العلمي الأول للتربية الرياضية والبطولة الذي نظمته كلية التربية الرياضية للبنات بالقاهرة في الفترة 08-11 جانفي 1997 في كتاب: محمد الحامحمي وأحمد سعيد: الإعلام التربوي، القاهرة، ط 1، 2006، ص289.

بقراءة البيانات الموجودة في الجدول أعلاه، نجد بأن نسبة 82.5 % من أفـراد العينـة يقطنون في الأحياء الجامعية، في حين أن 15 % من المتابعين والمستمعين لحصـة أسـتوديو الكرة يقطنون في البيت العائلي، أما الباقي بنسبة 2.5 % فهم مقيمون عند أحد أقاربهم.

إن النسبة العالية من الذين يتابعون حصة أستوديو الكرة يقيمون في الأحيـاء الجامعيـة، ويفسر ذلك بأن أغلبية طلبة المعهد هم من خارج العاصمة، يضاف إلى ذلك أن جامعة الجزائر تستقطب أكبر عدد من طلبة الوطن، مع العلم أن معهد التربية البدنية والرياضـية هـو معهـد وطني، مما يجعل الطلبة يقصدونه من كل الولايات، وخاصة من جنوب الوطن .

في حين نجد أن الطلبة المقيمين بالعاصمة، أو عند أحد الأقارب، يمثلون أقل نسبة مقارنة بمن هم يقيمون في الأحياء الجامعية.

جدول رقم 05: - يوضح توزيع أفراد العينة حسب المداومة على متابعة الحصة.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	43	% 21.5
أحيانا	87	% 43.5
نادرا	70	% 35
المجموع	200	% 100

يتضح لنا من خلال النتائج المتضمنة في هذا الجدول بأن نسبة الطلبـة الـذين يتـابعون حصة أستوديو الكرة أحيانا بلغت نسبتهم 43.5 % من مجموع أفراد العينة، وهي أكبر نسـبة، بينما نجد بأن الطلبة المداومين على متابعة هذه الحصة كانت نسبتهم 21.5 %، أمـا النسـبة الباقية و المقدرة بـ 35 % فهي تمثل الطلبة الذين هم نادرا ما يتابعون هذه الحصة.

ويرجع ذلك إلى توقيت الحصة غير المناسب، حسب مـا صـرح بـه أغلـب الطلبـة المبحوثين، حيث أن توقيت الساعة العاشرة صباحا من يوم الجمعة، هو يوم راحـة لا يناسـب تماما المقيمين بالأحياء الجامعية، كما هو مبين في الجدول رقم -04-، و هم أغلبية المتـابعين للحصة، لأن الفترة الصباحية لهذا اليوم هي الفترة التي تسـتغل للتحضـير لصـلاة الجمعـة،

بالذهاب إلى الحمام، أو الذهاب إلى بيت العائلة، أو الاستراحة من أعباء الأسبوع، و هناك من يرجع ذلك إلى الخروج و الترويح عن النفس و قضاء الحاجات من السوق.

جدول رقم 06 : - يوضح توزيع أفراد العينة حسب مكان متابعة الحصة .

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
البيت	32	% 16
الغرفة	165	% 82.5
المقهى	1	% 0.5
السيارة	2	% 1
مكان آخر	-	-
المجموع	200	% 100

من خلال النتائج المسجلة في الجدول أعلاه، يتضح لنا التباين الواضح بين نسبة الطلبـة الذين يتابعون حصة أستوديو الكرة في الغرفة، ونسبة المتابعين للحصة في البيت أو السيارة أو المقهى.

حيث أن نسبة 82.5 % تمثل من يتابعون الحصة في الغرفة، وهي تفوق بكثير نسبة من يتابعون الحصة في البيت التي تقدر ب 16 %، و 1 % في المقهى و 2 % في السيارة.

ويمكن تفسير ذلك أن أغاب المبحوثين من الطلبة يقيمون بالحي الجامعي، وهـذا حسـب الجدول رقم - 04 - الذي وضح توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة، بينما نجد بأن الطلبة الذين يتابعون الحصة في البيت العائلي حسب الجدول رقم – 04 – هي الفئـة المقيمـة فـي العاصمة، في حين ومن خلال تصريح المبحوثين بأن فردا واحدا فقط يتابع حصـة أسـتوديو الكرة في المقهى، وذلك يرجع إلى عمله يوم الجمعة بالمقهى، أما باقي أفراد العينة والذين بلغت نسبتهم 1 % فهم يتابعون الحصة داخل السيارة لأنهم يملكونها .

جدول رقم 07 : - يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدة متابعة الحصة .

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
% 6.5	13	تتابعها كاملة دون انقطاع
% 15	30	تتابع جزء كبير منها
% 32.5	67	تتابع نصفها
% 22.5	45	تتابع جزء قليل منها
% 23.5	45	تتابعها مع بعض فترات الانقطاع
% 100	200	المجموع

بقراءة البيانات الموجودة في الجدول أعلاه نجد أن أعلى نسبة هي 32.5 % وهم الطلبة الذين يتابعون نصف الحصة، في حين أن نسبة من يتابعونها كاملة دون انقطاع هي الأدنى، حيث لم تتجاوز 6.5 %، أما نسبة المبحوثين المتابعين للحصة مع بعض فترات الانقطاع قد بلغت 23.5 %، كما قدرت نسبة الطلبة المبحوثين الذين يتابعون جزءا كبيرا من الحصة 15%، أما النسبة الباقية والمقدرة ب22.5 %، فهي من الطلبة المبحوثين الذين يتابعون جزءا قليلا منها.

ومن خلال إجابات المبحوثين حول السؤال الذي طرحناه عليهم والذي مفاده : ما سبب ذلك؟ فأغلبهم يرجعون عدم متابعتهم للحصة كاملة إلى توقيتها الذي لا يناسب أغلبية الطلبة المقيمين بالأحياء الجامعية، و حسب ما صرح به هؤلاء فإن مستوى الحوار في بعض الأحيان تجعلهم يتابعونها بفترات منقطعة، كما أن نوعية الضيوف هي من بين الأسباب التي تجعل المبحوث يتابع جزءا قليلا من الحصة، وكل ما صرح به الطلبة المبحوثون يفسر النتائج المتضمنة في الجدول رقم -33- الذي يوضح توزيع تقييم أفراد العينة للحصة .

جدول رقم 08 : - يوضح متى انطلاق أفراد العينة في متابعة الحصة .

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
منذ انطلاق تقديمها	5	% 2.5
بعد مدة قليلة	15	% 7.5
بعد سنوات	97	% 48.5
مؤخرا	83	% 41.5
المجموع	200	% 100

بقراءة البيانات الموجودة في الجدول رقم -08- الذي يبين متى انطلاق أفراد عينة الدراسة في متابعة الحصة، نجد أن نسبة 48.5 % منهم كانت متابعتهم للحصة بعد سنوات من انطلاق تقديمها في القناة الأولى، في حين بلغت نسبة الطلبة المبحوثين الذين بدءوا متابعة الحصة مؤخرا فقط 41 %، أما أدنى نسبة تقدر بـ 2.5% من الطلبة المتابعين لها منذ انطلاقها في القناة الأولى للإذاعة الوطنية سنة 1992، كما وجدنا بأن نسبة 7.5 % من الطلبة المبحوثين بدؤوا متابعة الحصة بعد مدة قليلة من انطلاقها.

ويمكن تفسير النتائج المتحصل عليها حسبما أدلى به المبحوثون من خلال الإجابة على السؤال الذي طرحناه عليهم والذي مفاده: ما سبب ذلك؟ فإن أغلبهم يرجع ذلك إلى عامل التحاقهم بفرع التربية البدنية والرياضية بالجامعة، والذي لم يتعدّ أربع سنوات في أغلب الحالات، كما يبينه الجدول رقم -02- الذي يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن، وكذلك إلى نوعية التقاط برامج القناة الأولى بشكل جيد، خاصة على موجة FM، وهذا ما جعل أغلبية الطلبة يتابعونها بعد سنوات من انطلاق تقديمها. أما بالنسبة للطلبة الذين بدؤوا يتابعونها مؤخرا فقط فيرجعون ذلك لاستفادتهم من الأخبار الرياضية، خاصة كرة القدم وأخبار النوادي الجزائرية، وهذا ما يبينه الجدول رقم -17- الذي يوضح الأسباب التي تجعل أفراد عينة الدراسة يتابعون الحصة. كما أن الطلبة المبحوثين المتخصصين في كرة القدم هم الأعلى نسبة، كما هو في الجدول رقم -03- ، أما بالنسبة للذين تابعوا الحصة منذ انطلاقها فهم الطلبة المبحوثون الذين يبلغ سنهم أكثر من 26 سنة، كما يبينه الجدول رقم -02- ، وهي نسبة مقاربة للذين بدءوا يتابعونها بعد مدة قليلة من انطلاق بثها بالإذاعة.

5- تبويب وتحليل البيانات الخاصة باتجاهات الطلبة نحو المواضيع التي تقدمها حصة أستوديو الكرة.

جدول رقم 09 يوضح توزيع أفراد العينة حسب اتجاهاتهم نحو المواضيع التي تهتم بها حصة أستوديو الكرة.

الاتجاهات	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة		المجموع	
المواضيع	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
التثقيفية	45	22.5	50	25	35	17.5	40	20	30	15	200	100
الإخبارية	65	32.5	75	38	20	10	12	6	28	14	200	100
الترفيهية	55	27.5	37	19	18	9	55	27.5	35	17.5	200	100
الأخلاقية	42	21	50	25	20	10	38	19	50	25	200	100

من خلال الجدول أعلاه يتضح بأن نسبة32.5 % من الطلبة المبحوثين موافقون بشدة أن مواضيع حصة أستوديو الكرة إخبارية، و 27.5 % مواضيع ترفيهية، أما الطلبة المهتمين بالمواضيع التثقيفية فقد بلغت نسبتهم 22.5 %، وهي تقارب نسبة المواضيع الأخلاقية 21%.

أما الموافقون على أن الحصة تقدم مواضيع إخبارية فنسبتهم 38%، و بالنسبة للمواضيع الترفيهية المقدمة فقد بلغت نسبة 19%، في حين أن أفراد العينة الذين عبروا بأن الحصة تقدم مواضيع ترفيهية بلغت نسبتهم 25 %، وهي النسبة ذاتها بالنسبة للمواضيع الأخلاقية.

وفيما يخص الطلبة المحايدين في إجابتهم، فقد بلغت نسبتهم 17.5 %، في المواضيع التثقيفية، وأقل نسبة هي الحياد في المواضيع الترفيهية 9 %.

كما عبر أفراد العينة عن عدم موافقتهم بأعلى نسبة 33% على أن الحصة لا تقدم مواضيع ترفيهية، واقل نسبة 7% للمواضيع الإخبارية، في حين نجد أن غير الموافقين بشدة 29 % للمواضيع الترفيهية للحصة، وأقل نسبة هي 14 % للمواضيع الإخبارية.

ومن خلال كل ذلك، نستنتج بأن اتجاه الطلبة يميل أكثر للموافقة على المواضيع الإخبارية، وهو ما تؤكده نسبة 70.5 % التي هي حاصل نسبتي 32.5 % و38 % واللتين

تمثلان على التوالي نسبة من يوافقون بشدة ومن يوافقون على أن الحصة تهتم أكثر بالمواضيع الإخبارية.

والجدول التالي يوضح مدى أهمية تلك المواضيع .

جدول رقم 10: يبين توزيع أفراد العينة حسب أهمية المواضيع التي تقدمها حصة أستوديو الكرة

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
هامة جدا	52	% 26
هامة	60	% 30
لا أدري	33	% 16.5
غير هامة	35	% 17.5
غير هامة تماما	20	%10
المجموع	200	100

حسب النتائج المتضمنة في الجدول، فان أغلب الطلبة وبنسبة 56% يرون بأن المواضيع التي تقدمها الحصة هي تتراوح بين درجتي هامة جدا وهامة،حيث أن هذه النسبة حاصل الجمع بين نسبة 26 % من الطلبة الذين يجدون بأن المواضيع هي هامة،ونسبة 30 % مـن الطلبـة الذين يقيمون تلك المواضيع بأنها هامة جدا.

إن من نسبتهم 16.5% من مجموع أفراد عينة الدراسة، لا يدرون مدى أهمية المواضيع التي تقدمها الحصة، وهذا ما يمكن أن يفسر، بأنهم من الطلبة الذين لا يتابعون الحصة كاملة في الجدول رقم 07 وذلك لسبب أو لآخر، وغالبيتهم من الفتيات.

ونفس التفسير يمكن أن يطلق على نسبة 17.5% من الطلبة الذين يرون بأن المواضـيع التي تقدمها الحصة هي غير هامة، وبنسبة 10% التي تمثل الطلبة الذين يقيمون تلك المواضيع بأنها غير هامة تماما.

ومن خلال كل ما سبق نستنتج بأن أغلبية الطلبة المبحوثين لهم اتجاهات ايجابية نحـو المواضيع التي تقدمها حصة أستوديو الكرة

جدول رقم 11:- يوضح توزيع أفراد العينة حسب موافقتهم على إهمال الحصة لمواضيع ذات أهمية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
موافق تماما	20	%10
موافق	35	%17.5
محايد	33	%16.5
غير موافق	52	%26
غير موافق تماما	60	%30
المجموع	200	%100

توضح لنا النتائج أعلاه أن نسبة 30% من أفراد عينة الدراسة لا توافق تماما علـى أن الحصة تهمل المواضيع المهمة، وبلغت نسبة الطلبة المبحوثين غير الموافقين 26%، في حـين أن أعلى نسبة وهي 17.5% تمثل الطلبة الذين عبروا بموافقتهم بأن الحصة لا تهمل المواضيع المهمة، أما نسبة الموافقين تماما فقد بلغت 10%، كما نجد نسبة المبحوثين الذين التزموا الحياد تقدر ب 16.5% .

ونعتمد في تفسير النتائج المتحصل عليها على إجابات المبحوثين حـول السـؤال الـذي طرحنها عليهم والذي مفاده : في حالات موافق تماما أذكر بعضا منها، فإننا نجد بأن المبحوثين يعيبون على الحصة عدم اهتمامها بالمواضيع التي تهتم بالأقسام الدنيا، مثل ما بين الرابطـات، والأقسام الجهوية، وكذلك الرياضة النسوية، وكرة القدم في الجنوب، وكذلك الأصناف الصغرى لهذه اللعبة .

وهذا ما يؤكد الاتجاه الايجابي للطلبة المبحوثين نحو المواضيع التـي تقـدمها حصـة أستوديو الكرة.

جدول رقم 12 :- يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدى ارتباط المواضيع التي تقدمها حصة أستوديو الكرة بالأحداث على الساحة الرياضية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
موافق تماما	70	% 35
موافق	60	% 30
محايد	33	% 16.5
غير موافق	22	% 11
غير موافق تماما	15	% 07.5
المجموع	200	% 100

من خلال قراءة البيانات الموضحة في الجدول أعلاه، نلاحظ بأن نسبة 35% من أفراد عينة الدراسة موافقون تماما على أن هناك ارتباط بين المواضيع التي تقدمها الحصة والأحداث على الساحة الرياضية، وهي النسبة المقاربة للمبحوثين الذين عبروا عن موافقتهم علـى ذلـك بنسبة 30%، في حين نجد بأن أقل نسبة للطلبة المبحوثين الذين عبروا عن عدم موافقتهم قدرت نسبتهم 7.5%، أما أفراد العينة غير الموافقين تماما فقد بلغت نسبتهم 11%، أما نسبة الطلبـة المبحوثين الذين عبروا عن حيادهم فقد قدرت نسبتهم 16.5%.

إن تفسير البيانات السابقة يجعلنا نعود إلى الجدول رقم -09-، حيث نجد أغلبية أفـراد عينة الدراسة التي أبدت اهتمامها بالمواضيع الإخبارية بنسبة 32.5 %، تؤكد بأن الحصة تؤدي دورا إخباريا، وارتباط مواضيعها بالأحداث الرياضية يدخل في اهتمامات الحصـة بالجانـب الإخباري للجمهور، خاصة المتتبع لكرة القدم.

وهذا ما يؤكد موافقة أغلب أفراد عينة الدراسة على أن هناك ارتباط بـين المواضـيع التي تقدمها حصة أستوديو الكرة والأحداث على الساحة الرياضية.

جدول رقم 13 :- يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدى مساهمة المواضيع التي تقدمها حصة أستوديو الكرة في تشخيص المشكلات التي تعاني منها الرياضة

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
موافق تماما	60	% 30
موافق	85	% 42.5
محايد	28	% 14
غير موافق	12	% 06
غير موافق تماما	15	% 07.5
المجموع	200	% 100

يتضح لنا من خلال البيانات في الجدول أعلاه، بأن أغلب المبحوثين يرون بـأن حصـة أستوديو الكرة بمواضيعها تساهم في تشخيص المشكلات التي تعاني منها الرياضة في الجزائر وهو ما تؤكده نسبة 42.5 % من أفراد عينة الدراسة الذين عبروا بموافقتهم، و30 % عبـروا بموافقتهم تماما، في حين نجد بأن أقل نسبة من المبحوثين عبروا عن عدم مـوافقتهم أي 06% بغير موافق، و 7.5% بغير موافق تماما، ونجد أن نسبة 14 % محايدين.

ويمكن تفسير هذه النتائج على ضوء ما تضمنه الجدول رقم -11- المتعلق بالمواضـيع التي تهتم بها الحصة، والسؤال الذي طرحناه: ما سبب ذلك؟ و كان من بين إجابات المبحـوثين التي جعلتهم يعبرون بموافقتهم، أن الحصة تساهم في تشخيص المشكلات التـي تعـاني منهـا الرياضة في الجزائر، وهذا ما يؤكد دائما تفسير ما تضمنه الجدول رقـم-15-، الـذي يبـين أسباب متابعة أفراد العينة لحصة أستوديو الكرة .

جدول رقم 14:- يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدى مساهمة المواضيع التي تقدمها حصة أستوديو الكرة في علاج المشكلات التي تعاني منها الرياضة في الجزائر

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
موافق تماما	90	% 45
موافق	50	% 25
محايد	30	% 15
غير موافق	13	% 06.5
غير موافق تماما	17	% 08.5
المجموع	200	% 100

تبين لنا النتائج في الجدول رقم 14 أن أغلبية الطلبة المبحوثين يرون أن الحصة تساهم في علاج المشكلات التي تعاني منها الرياضة في الجزائر، وهذا بموافقتهم تماما بنسبة 45% ، و بموافقتهم بنسبة 25%، في حين نجد نسبة غير الموافقين وغير الموافقين تماما هي أقل نسبة 6.5% و 8.5% على التوالي، أما الطلبة المبحوثين المحايدين فقد بلغت نسبتهم 15%.

ويمكن تفسير البيانات المتحصل عليها، بأن الطلبة المبحوثين عبروا بأغلبية على أن الحصة تساهم في علاج المشكلات التي تعاني منها الرياضة، وهذا من بين الأسباب التي جعلت أفراد عينة الدراسة تتابع حصة أستوديو الكرة، كما هو موضح في البيانات المتضمنة في الجدول رقم-15-، والعبارات المطروحة أن حصة أستوديو الكرة تعالج مواضيع ذات أهمية وتساهم في نشر الروح الرياضية وتحارب العنف في الجزائر، فنجد أن الطلبة المبحوثين كانت تصريحات أغلبيتهم بموافقتهم عن أهميتها، وهذا دليل على أن الحصة تساهم في علاج المشكلات .

جدول رقم 15 :- يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأسباب التي تجعلهم يتابعون حصة أستوديو الكرة.

الاحتمالات	موافق تماما		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق تماما		المجموع	
المواضيع	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
تمدك بثقافة رياضية	45	22.5	42	21	40	20	40	20	33	17	200	100
تعرفك بأخبار الفرق	55	27.5	65	33	35	18	15	7.5	30	15	200	100
تعرفك بالأخبار الرياضية	61	30.5	45	23	17	8.5	48	21	29	15	200	100
تروح عن نفسك	40	20	47	24	20	10	41	21	52	26	200	100
تعالج مواضيع ذات أهمية	80	40	65	33	12	6	23	12	20	10	200	100
تتميز بنوعية الحوار	36	18	44	22	39	20	47	23	34	17	200	100
تنمي معارفك في التخصص	60	30	73	37	20	10	12	6	35	18	200	100
تعرفك بقوانين الكرة الجزائرية	55	27.5	48	24	18	9	44	22	35	18	200	100
تعرفك بشخصيات هامة	41	20.5	55	28	35	18	29	15	40	20	200	100
تساهم في نشر الروح الرياضية	60	30	70	35	20	10	28	14	22	11	200	100
تساهم في محاربة العنف في الملاعب	60	30	55	28	23	12	40	20	22	11	200	100
تجعلك تستمع بالموسيقى التي تقدمها	38	19	40	20	35	18	47	24	40	20	200	100
المتوسط الحسابي	53	26.29	55	27	26	13.1	35	14.1	33	16.3		

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا بأن الأسباب التي تجعل أفراد العينة يتـابعون حصـة أستوديو الكرة تكمن في المواضيع التي تزودهم بثقافة رياضية، حيث أن نسبة 22.5 % مـنهم موافقون تماما على ذلك، في حين نجد 21% منهم موافقون، بينما نجد 20% لازموا الحياد، أما الذين عبروا بغير موافق فقد بلغت نسبتهم 20% من مجموع أفراد عينة الدراسة، فـي حـين بلغت نسبة الطلبة المبحوثين غير الموافقين تماما 17%.

أما المواضيع التي تعرف أفراد عينة الدراسة بأخبار الفرق فبلغت نسبة الطلبة المبحوثين الذين عبروا بموافقتهم عليها تماما27%، بينما الطلبة الموافقين على ذلك فبلغت نسبتهم 33% ، بينما بلغت نسبة من لازموا الحياد 18%، في حين جاءت نسبة غير الموافقين 7.5%، و غير الموافقين تماما 15%.

أما المواضيع التي تهتم بالأخبار الرياضية فإننا نجـد أن نسـبة 30.5% مـن الطلبـة المبحوثين موافقين عليها، بينما بلغت نسبة الطلبة الذين عبروا عن حيادهم 8.5%، فـي حـين تقدر نسبة الطلبة غير الموافقين 21%، و غير الموافقين تماما 15%.

بالنسبة للمواضيع التي تروح عن النفس فإن أفراد عينة الدراسة عبروا عـن مـوافقتهم بنسبة 20% موافق تماما، على أنها من بين المواضيع التي تجعل أفراد عينة الدراسـة تتـابع الحصة، و23% موافق على ذلك، في حين نجد 21% من غيـر المـوافقين، و 26% غيـر موافقين تماما، أما الطلبة المبحوثين الذين لازموا الحياد فقد بلغت نسبتهم 10%.

ومن بين الأسباب التي تجعل الطلبة المبحوثين يتابعون الحصة مـن خـلال معالجتهـا لمواضيع ذات أهمية، فقد تحصلنا على نسبة 40% موافقين تماما، و 33% موافقين، كما وجدنا أن أفراد عينة الدراسة الذين عبروا بأنهم غير موافقين 12%، في حـين بلغـت نسـبة غيـر الموافقين تماما 10%، و النسبة الباقية هي لأفراد العينة الذين أكدوا حيادهم.

و من بين الأسباب التي تجعل أفراد العينة يتابعون حصة أستوديو الكـرة هـي نوعيـة الحوار، فنجد أن نسبة الموافقين تماما 18%، و الموافقين 22%، بينما بلغت نسبة الطلبة الذين لازموا الحياد 20%، أما غير الموافقين فتقدر نسبتهم 12%، في حين وصـلت نسـبة غيـر الموافقين تماما إلى 17% من مجموع أفراد عينة الدراسة.

في حين عبر الطلبة المبحوثون بالموافقة تماما بنسبة 30% على أن حصة أستوديو الكرة تساهم في نشر الروح الرياضية، بينما بلغت نسبة الموافقين 35%، أما الطلبة المبحوثين الـذين عبروا عن حيادهم فنسبتهم وصلت إلى 10%.

و حول مساهمة مواضيع حصة أستوديو الكرة في محاربة العنف في الملاعب، نجد بأن بنسبة أفراد عينة الدراسة غير الموافقين 14%، في حين بلغت نسبة الطلبة المبحـوثين غيـر الموافقين تماما 20% من مجموع أفراد العينة، أما الذين عبروا بموافقتهم تمامـا فقـد بلغـت نسبتهم 30%، و الموافقين 28%، والباقي من أفراد عينة الدراسة لازموا الحياد.

فيما يخص الأسباب التي تجعل أفراد العينة يتابعون حصة أستوديو الكرة، هي الاستمتاع بالموسيقى، حيث بلغت نسبة الموافقين تماما 19%، و الموافقين 20%، بينما وصـلت نسـبة المحايدين إلى 47%، في حين بلغت نسبة أفراد عينة الدراسة غير المـوافقين 24%، وغيـر الموافقين تماما 20%.

و تعود إلى سبب آخر يجعل من أفراد العينة تتابع حصة أستوديو الكـرة وهـو تنميـة معارف المبحوثين في التخصص، فتحصلنا على 30% موافق تماما، و 37% موافق، في حين بلغت نسبة الطلبة المبحوثين غير الموافقين 06%، و غير الموافقين تماما 18%، ونسبة الـذين عبروا عن حيادهم 18%.

كما عبر أفراد العينة على أن حصة أستوديو الكرة لها دور في التعريـف بالشخصـيات الهامة بنسبة 27.5% موافقين تماما، و 28% موافقين، و نسبة 18% من المبحـوثين لازمـوا الحياد، في حين بلغت نسبة غير الموافقين 15%، وغير الموافقين تماما 20%.

أما المبحوثون الذين عبروا عن موافقتهم عن متابعتهم للحصة لأنها تقوم بدور تعريفـي لقوانين كرة القدم فبلغت نسبتهم 27.5% موافقون تماما، والموافقون على ذلك بلغـت نسـبتهم 24%، أما فيما يخص الطلبة الذين لازموا الحياد من أفراد عينة الدراسة فقـد بلغـت نسـبتهم 09%، بينما تحصلنا على نسبة 22% من غير الموافقين، و 18% من غير الموافقين تماما.

و لتفسير النتائج السابقة الذكر، فإننا نعود إلى النتائج المتحصل عليها في الجـدول رقـم -09- . والجدول التالي يوضح المواضيع التي تندرج ضمن الجانب التثقيفي للحصة.

وهذا ما يتوافق مع ما جاء في الدراسة التي قام بها حسام الدين مرسـي بعنـوان "دور وسائل الإعلام الجماهيرية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلاب بعض الجامعات العربيـة" [1] باستخدام استمارة لاستطلاع الرأي عن دور كل من الصحافة والتلفزيون والإذاعة في نشر هذه الثقافة لدى طلاب الجامعة.

وقد أشارت أهم نتائج هذه الدراسة أن أسباب متابعة البرامج الرياضـية بالإذاعـة هـي تقديمها للألعاب والرياضات التي تتفق مع ميول ورغبات المتلقي لهـذه البـرامج(67.30%)، الحرص على متابعة الأحداث والبرامج الرياضية بالإذاعة (63.90%)، كما أكدت الدراسة بأن تقديم البرامج الرياضية بالإذاعة لمعلومات مفيدة للمستمعين لهذه البـرامج (69.20%)، تهـتم البرامج الرياضية بالإذاعة بالأخبار الرياضية أكثر من اهتمامها بتوجيه المستمعين لها بممارسة الرياضة (65.60%)، وأوضحت النتائج أيضا اعتماد البرامج الرياضية بالإذاعة على عـرض الأخبار المرتبطة بالنوادي (62.40%)، وحرص البرامج الرياضية بالإذاعة على تدعيم القـيم والمبادئ المرتبطة بالرياضة (61.70%).

جدول رقم 16:- يوضح المواضيع التي تندرج ضمن الجانب التثقيفي

المواضيع التي تندرج ضمن الجانب التثقيفـي للحصة	موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما
تمدك بثقافة رياضية	22.5	21	20	20	17
تعرفك بقـوانين كـرة القدم	27.5	33	09	22	18
تعرفك بشخصيات هامة	20.5	28	18	15	20
المتوسط الحسابي	%23.5	%27.33	%16	%18.34	%19

إن متوسط حساب الاحتمالات المتضمنة في الجدول رقم -16- يبين تقارب تلك النسب المتضمنة في الجدول رقم -09- الذي يبين توزيع أفراد عينة الدراسة نحو المواضيع التثقيفية

[1] حسام الدين مرسي: دور وسائل الإعلام، رسالة دكتوراه غير منشورة، 2003، في كتاب محمد الحماحمي وأحمد سعيد : المرجع السابق، ص135.

التي تهتم بها حصة أستوديو الكرة، مما يفسر أن المواضيع التثقيفية هي التي كانت من بين الأسباب التي تجعل أفراد العينة يتابعون حصة أستوديو الكرة.

ونستنتج من خلال ذلك بان للطلبة اتجاهات ايجابية نحو مواضيع حصة أستوديو الكرة.

أما إذا جئنا للمواضيع التي يمكننا أن نصنفها ضمن المواضيع الإخبارية، فإننا نعود إلى نتائج الجدول رقم 09 الذي يؤكد ذلك. والجدول التالي يوضح المواضيع التي تندرج ضمن الجانب الإخباري للحصة

جدول رقم 17 :- يوضح المواضيع التي تندرج ضمن الجانب الإخباري

المواضيع التي تندرج ضمن الجانب الإخباري للحصة	موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما
تعرفك بأخبار الفرق	22.5	33	18	7.5	15
تعرفك بالأخبار الرياضية	27	23	8.5	21	15
المتوسط الحسابي	%24.75	%28	%13.25	%14.25	%15

إن متوسط حساب الاحتمالات أعلاه يبين تقارب النسب المتضمنة في الجدول رقم -9- والذي يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة نحو المواضيع الإخبارية التي تهتم بها حصة أستوديو الكرة، مما يفسر أن المواضيع الإخبارية هي التي كانت من بين الأسباب التي تجعل أفراد العينة يتابعون الحصة.

و من بين الأسباب التي تجعل أفراد العينة يتابعون حصة أستوديو الكرة، نجد المواضيع التي تشخص و تساهم في علاج المشكلات التي تعاني منها الرياضة، وهي المواضيع الأخلاقية. والجدول التالي يوضح المواضيع التي تندرج ضمن الجانب الأخلاقي.

جدول رقم 18:- يوضح المواضيع التي تندرج ضمن الجانب الأخلاقي

المواضيع التي تندرج ضمن الجانب الأخلاقية للحصة	موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما
تعالج مواضيع ذات أهمية	40	33	06	12	10
تساهم في محاربة العنف في الملاعب	30	35	10	14	11
تساهم في نشر الروح الرياضية	30	28	12	20	11
المتوسط الحسابي	%33.33	%32	%9.33	%15.33	%10.66

إن متوسط حساب الاحتمالات في الجدول يبين تقارب النسب في تلك المتضمنة في الجدول رقم -09-، والذي يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة نحو المواضيع الأخلاقية التي تهتم بها حصة أستوديو الكرة، مما يفسر أن المواضيع الأخلاقية كانت من بين الأسباب التي تجعل أفراد العينة يتابعون الحصة.

بالإضافة إلى ما صرح به أغلبية أفراد عينة الدراسة في الجدول رقم -13-، فان حصة أستوديو الكرة تساهم في تشخيص المشكلات التي تعاني منها الرياضة في الجزائر، وهو ما يؤكده الجدول رقم -14- بأن أغلبية الطلبة المبحوثين عبروا أن ما تقدمه حصة أستوديو الكرة من مواضيع تساهم في علاج المشكلات التي تعاني منها الرياضة في الجزائر.

و نجد بأن أقل نسبة من أفراد العينة ترى بأن الاستمتاع إلى الموسيقى المقدمة في الحصة، أو الترويح عن النفس لم يكن سببا مهما بالنظر إلى النسب المتحصل عليها، وهذا ما يؤكده الجدول رقم -33- الذي يوضح تقييم أفراد عينة الدراسة للحصة شكلا ومضمونا، وكذلك ما عبر عنه الطلبة المبحوثون في الجدول رقم -09-.

و من بين الأسباب التي تجعل أفراد العينة يتابعون الحصة، ما يفسره الجدول رقم -19- بأن أغلبية المبحوثين عبروا بأن المستوى العالي الحوار من بين الأسباب التي جعلتهم يتابعون حصة أستوديو الكرة.

وبالرجوع إلي الجانب النظري للدراسة، وبالضبط الفصـل الثالـث المتعلـق بـالإعلام الرياضي، طبيعته، خصائصه و أنواعه، نجد هناك توافقا فيما توصلنا إليه في دراسـتنا بـأن حصة أستوديو الكرة تهتم بكل الجوانب المذكورة في الجدول رقم-15- .

فلكي تحظى الرسالة الإعلامية الرياضية بالقبول و الاهتمام لدى الجماهير، لابد أن تسعى إلى إشباع حاجاتهم النفسية، و تهدف إلى تلبية رغباتهم و تحقيق فائدة ملموسة لديهم في حياتهم اليومية.

و من أهم هذه الحاجات التي يمكن للإعلام الرياضي أن يشبعها:

- الحاجة إلى المعلومات والمعارف الرياضية.
- الحاجة إلى الأخبار الآنية (مشكلات الساعة) في المجال الرياضي.
- الحاجة إلى معرفة القواعد و اللوائح المنظمة للهيئات الرياضية.
- الحاجة إلى الإلمام بالقوانين الخاصة بالألعاب الرياضية المختلفة.
- الحاجة إلى دعم الاتجاهات النفسية نحو الرياضة، وتعزيـز المعـايير والقـيم والمفـاهيم الرياضية، أو تعديلها بما يواكب التطور العلمي والتكنولوجي في المجال الرياضي[1].

---

(1) خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحمان : المرجع السابق، ص 86.

6- تبويب وتحليل البيانات الخاصة باتجاهات الطلبة نحو نوعية الحوار بحصة أستوديو الكرة.

جدول رقم 19:- الذي يوضح توزيع أفراد العينة حسب تقييمهم لمستوى الحوار بين الضيوف في حصة أستوديو الكرة.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
عال جدا	60	%30
عال	73	%36.5
متوسط	20	%10
دون المتوسط	12	%06
ضعيف	35	%18
المجموع	200	% 100

بقراءتنا للنتائج المتضمنة في الجدول أعلاه، نجد نسبة المبحوثين الـذين صـرحوا بـأن مستوى الحوار عال جدا تقدر ب 30 %، في حين بلغت نسبة من يقيمـون مسـتوى الحـوار بالعالي بـ 36.5%، بينما نجد أن الطلبة المبحوثين الذين صرحوا بأن مستوى الحوار متوسط فنسبتهم قدرت ب 10%، ويأتي الطلبة المبحوثين الذين عبروا بأن مستوى الحـوار هـو دون المتوسط بنسبة 06 %، وقد بلغت نسبة من صرحوا بأن مستوى الحوار ضعيف 18%.

من خلال إجابات المبحوثين حول السؤال الذي طرحناه عليهم و الذي مفاده: لـم يعـود ذلك؟ فإننا نجد أفراد عينة الدراسة الذين صرحوا بأن مستوى الحوار عال جـدا مـرده إلـى مستوى مقدم الحصة .

في حين يرجع الطلبة المبحوثون مستوى الحوار العالي إلى طبيعة الموضوع، أما أفـراد عينة الدراسة الذين صرحوا بأن مستوى الحوار متوسط فأرجعوه إلى مستوى الضيوف، بينمـا أرجع الطلبة المبحوثون مستوى الحوار دون المتوسط و الضعيف إلى ما هـو متضـمن فـي الجدول رقم -26- من البيانات التي تؤكد أن اللغة المستعملة بالنسبة لضيوف الحصـة تتميـز

بعدم دقة الكلمات وغموض المصطلحات المستعملة. وبما أن أغلب الطلبة المبحوثين أبدوا رأيهم في مستوى الحوار، ولم يعبروا بلا أدري فهذا دليل على درايتهم واهتمامهم بمستوى الحوار في الحصة.

جدول رقم 20: يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدى موضوعية الحوار الذي تتميز به حصة أستوديو الكرة.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
موافق تماما	56	%28
موافق	64	%32
لا أدري	20	%10
غير موافق	37	%19
غير موافق تماما	23	%12
المجموع	200	% 100

يتضح من خلال النتائج في الجدول، بأن نسبة أفراد عينة الدراسة الذين صرحوا بموافقتهم تماما على أن الحصة تتميز بالموضوعية في الحوار بلغت 28%، أما نسبة الموافقين فقد بلغت 32%، في حين نجد أن نسبة غير الموافقين بلغت 19%، و غير الموافقين تماما 12%، بينما هناك بعض الطلبة المبحوثين قد عبروا بأنهم ليست لهم دراية بذلك بنسبة 10%.

و يمكن إرجاع هذه النتائج من خلال إجابات الطلبة المبحوثين على السؤال الذي طرحناه عليهم ومفاده: لماذا ؟ فنجد بأن أفراد عينة الدراسة الذين عبروا عن موافقتهم تماما بتميز الحوار بالموضوعية راجع إلى أسئلة مقدم الحصة لضيوف البرنامج، أما بالنسبة للطلبة المبحوثين الذين صرحوا بموافقتهم فأرجعوا ذلك إلى طبيعة الموضوع الذي يفرض على مقدم الحصة التكيف معه، بينما الذين عبروا بأنهم غير موافقين على أن الحوار يتميز بالموضوعية فيعيزون ذلك إلى مستوى الضيوف، وبالنسبة للطلبة المبحوثين غير الموافقين تماما بأن الحصة لا تتميز بالموضوعية في الحوار فلطريقة طرح مواضيع حصة أستوديو الكرة، بينما نجد أن نسبة الطلبة المبحوثين الذين صرحوا أنهم ليست لهم دراية بتميز الحصة بالموضوعية، فلكون اهتماماتهم منصبة أكثر على النتائج والأخبار أكثر مما سواهما، كما جاء في تصريحاتهم.

ومن خلال كل ذلك، نستنتج بأن اتجاه الطلبة يميل أكثر للموافقة على أن مستوى الحوار في حصة أستوديو الكرة يتميز بالموضوعية، وهو ما تؤكده نسبة 60% التي هي حاصل الجمع لنسبتي 28% و32%، واللتان تمثلان على التوالي نسبة من يوافقون تماما ومن يوافقون على أن الحوار يتميز بالموضوعية.

هذا ما يتوافق مع ما جاء في الجانب النظري للدراسة في الفصل الثالث "الإعلام الرياضي، طبيعته، خصائصه وأنواعه"، الذي تناولنا فيه وظيفة الإعلام الرياضي الرئيسية في إحاطة الجمهور علما بالأخبار الصحيحة والمعلومات الصادقة الواضحة والحقائق الثابتة والموضوعية التي تساعد على تكوين رأي عام صائب.

جدول رقم 21: - يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدى تميز التحليل بالدقة

الاحتمالات	التكرار	النسبة
موافق تماما	52	%26
موافق	59	%29.5
لا أدري	22	%11
غير موافق	42	%21
غير موافق تماما	25	%13
المجموع	200	% 100

تبين لنا النتائج أعلاه أن نسبة الموافقين تماما من الطلبة المبحوثين بأن تحليل الضيوف يتميز بالدقة بلغت 26%، و الموافقين على ذلك بلغت 29.5%، بينما وصلت نسبة غير الموافقين 21%، وغير الموافقين تماما13%، أما نسبة الطلبة الذين صرحوا بعدم درايتهم بأن تحليل الضيوف يتميز بالدقة فبلغت 11%.

وعلى ضوء ما جاء في إجابات الطلبة المبحوثين الموافقين تماما، فإن طريقة مقدم الحصة في النقاش، والوقت الكافي لضيوف الحصة للتعبير عن آرائهم، كانا من بين العوامل المساعدة في دقة الحوار، مثل ما بينته البيانات الموجودة في الجدول رقم-23- والجدول-24-

وبالاعتماد دائما على ما سبق من بيانات، فان تميز تحليل الضيوف بالدقة يرجعه أغلبية المبحوثين إلى التزام مقدم البرنامج بإعطاء فرص متساوية للضيوف في التعبير عن أفكـارهم، في حين نجد أن أفراد عينة الدراسة الذين عبروا عن عدم موافقتهم أرجعوا ذلك إلى المسـتوى الثقافي للضيوف الذي أحيانا ما يكون متوسطا أو وضعيفا، كما يبينه الجدول رقم -28-، وهو نفس التفسير الذي أكد عليه الطلبة المبحوثون الذين صرحوا بغير موافق تماما، وبالنسبة للطلبة المبحوثين الذين عبروا بأنه ليست لهم دراية بذلك، فإنهم يرجعون ذلك حسب مـا جـاء فـي إجاباتهم إلى اهتمامهم بالنتائج وفقط.

ومن خلال كل ذلك، نستنتج بأن اتجاه الطلبة يميل أكثر للموافقة على أن حصة أسـتوديو الكرة تتميز بالدقة، وهو ما تؤكده نسبة 55.5% التي هي حاصل جمع نسبتي 26% و29.5% و اللتان تمثلان على التوالي نسبة من يوافقون تماما ومن يوافقون على أن الحصة تتميز بالدقة. وهذا ما يؤكد بان للطلبة اتجاهات ايجابية نحو نوعية الحوار.

جـدول رقم 22: - يوضح توزيع أفراد العينة حسب نوعية الحوار البناء بالحصة.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
موافق تماما	51	%25.5
موافق	61	%30.5
لا أدري	21	%11
غير موافق	39	%20
غير موافق تماما	28	%14
المجموع	200	% 100

توضح البيانات أعلاه أن أفراد عينة الدراسة الموافقين تمامـا علـى أن حـوار حصـة أستوديو الكرة بناء بلغت نسبتهم 25.5%، أما الموافقين على ذلك فقد بلغت نسـبتهم 30.5%، بينما وصلت نسبة غير الموافقين على أن الحوار هو بناء 20%، و غير الموافقين تماما بلغـت نسبتهم 14%.

أما المبحوثين الذين عبروا بلا أدري فبلغت نسبتهم 11% من مجموع أفراد العينة.

و عليه يكون تحليلنا لهذه النتائج من خلال إجابات المبحوثين بما جاء في السؤال الـذي طرحناه على أفراد عينة الدراسة و الذي مفاده: في كل الحالات يسأل لماذا؟

حيث أن الطلبة المبحوثين الموافقين والموافقين تماما يرجعون ذلك إلى حرية التعبير التي يعطيها مقدم الحصة، و الوقت الكافي للضيوف للتعبير عن آرائهم كما يبينه الجدول ورقم-24- في حين نجد غير الموافقين وغير الموافقين تماما من الطلبة المبحوثين يرجعـون ذلـك إلـى المستوى الثقافي المتوسط والضعيف للضيوف، وإلى أسئلة الصحفي لأنهـا لوحـدها لا تكفـي لمعرفة ما يصبو إليه الجمهور، أما بالنسبة للطلبة المبحوثين الذين صرحوا بلا أدري فيرجعون ذلك إلى اهتمامهم بما يقدمه مقدم الحصة من نتائج الفرق التي يناصرونها.

ومن خلال كل ذلك، نستنتج بأن اتجاه الطلبة يميل أكثر للموافقة على أن ضيوف حصـة أستوديو الكرة يتميزون بحوار بناء، وهو ما تؤكده نسبة 56% التي هي حاصل جمـع نسـبتي 25.5% و30.5% واللتان تمثلان على التوالي نسبة من يوافقون بشدة ومن يوافقون علـى أن الحصة تتميز بالحوار البناء، وهذا ما يؤكد بأن اتجاهات الطلبة تميل أكثر علـى أن ضـيوف الحصة يتميزون بنوعية الحوار البناء. وهذا ما يؤكد بأن للطلبة اتجاهات ايجابية نحـو نوعيـة الحوار التي تتميز به حصة أستوديو الكرة.

جدول رقم 23: - يوضح توزيع أفراد العينة حسب تقييمهم لطريقة طرح المواضيع.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
جيدة	120	%60
متوسطة	50	%25
ضعيفة	30	%15
المجموع	200	%100

تبين لنا النتائج المتضمنة في الجدول أن أفراد عينة الدراسة صرحوا بأغلبية أن طريقة طرح المواضيع هي جيدة وذلك بنسبة بلغت 60%.

بالنسبة للطلبة المبحوثين الذين أبدو رأيهم بأن طريقة طرح المواضيع متوسطة فبلغت نسبتهم 25%، أما الباقي وبنسبة 15% قالوا بأنها طريقة ضعيفة.

يمكن تفسير هذه النتائج من خلال التعبير القوى لأفراد العينة بأن الطريقة الجيدة تعود إلى مستوى الحوار الذي يتمتع به الضيوف، وتفتحهم العقلي، وكذلك التحكم في المعلومات المرتبطة بالموضوع من طرف مقدم الحصة والمستوى الذي يتمتع به.

أما بالنسبة لأفراد عينة الدراسة الذين قالوا بأن طريقة طرح المواضيع ضعيفة، فإنهم يقترحون طريقة بديلة كما هو مبين من خلال السؤال الذي طرحناه و مفاده: ماذا تقترح كطريقة بديلة؟ فنجد أن أفراد عينة الدراسة قدموا اقتراحات تتمثل في فتح الباب أمام الجمهور للتعبير عن رأيه، و كذلك مشاركته في الحصة، فلا يجب أن يقتصر فقط على الضيف ومنشط الحصة. كما يرون ضرورة وضع بريد الكتروني خاص بالحصة، وضرورة مشاركة الجمهور في تحديد موضوعاتها.

ونستنتج بأن أغلب الطلبة المبحوثين يقيمون طريقة طرح المواضيع في حصة أستوديو الكرة بالجيدة.

هذا ما يتوافق مع ما جاء في الجانب النظري للدراسة وبالتحديد في الفصل الرابع الخاص بالإعلام المسموع في الجزائر، تاريخه وسياسته، فنجد أن **:**

نجاح أي برنامج إذاعي يتوقف على جملة من الشروط أهمها:[1]

- يجب على مقدم البرامج أن يتحكم في المعلومات التي ترتبط بالموضوع أو القضية المطروحة في البرنامج، فلا يظهر عليه الاضطراب والارتباك والتوتر في التقديم والإلقاء لأن ذلك ينعكس مباشرة سلبا على المستمع، فيؤدي إلى نفوره و تخليه عن متابعة البرامج.
- اختيار الوقت المناسب في توافق بث البرامج مع وقت فراغ المستهدفين.
- مراعاة التسلسل المنطقي للمعلومات من الأهم إلى الهام إلى الأقل أهمية، حتى يتسنى للمتسمع متابعة البرنامج.
- حسن الأداء، حيث يلعب الصوت دورا كبيرا في نجاح البرنامج، وعلى المذيع أو المقدم أن يراعي ذلك، فمثلا البرامج الثورية تستهوي العاطفة و تدعو إلى الحماس، و تتطلب صوتا قويا ناعما، و طريقة معينة في الأداء، وعلى المذيع أن يكون ذكيا في اختيار الأسلوب الأفضل لتقديم البرامج، و أن يكون منسجما و متفاعلا مع المادة المذاعة، كما عليه التركيز على ما يريد إيصاله إلى المستمعين من بداية البرنامج حتى نهايته، و عدم مقاطعة من استضافهم إلا في حدود المعقول.
- على المذيع أو مقدم البرامج أن يكون متواضعا، فالغرور و المظهرية صفتان ممقوتتان من قبل الجمهور، كما عليه الانتقال من موضوع إلى آخر أو من نقطة إلى أخرى بسلاسة و يسر.
- و ما يجلب المستمع إلى البرنامج بالإضافة ما سبق، المؤثرات الصوتية و الموسيقية التي تضفي على البرنامج عنصر النشاط والحيوية، فلا يصبح مجرد أحاديث وحوارات جافة.

---

[1] محمود فهمي : المرجع السابق، ص 204.

جـدول رقم 24: - يوضح توزيع أفراد العينة حسب موافقتهم على توفر حرية التعبير بالحصة.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
موافق تماما	55	%27.5
موافق	70	%35
لا أدري	21	%10.5
غير موافق	30	%15
غير موافق تماما	24	%12
المجموع	200	%100

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن أفراد عينة الدراسة الذين عبروا بمـوافقتهم تمامـا على أن حصة أستوديو الكرة تعطي حرية للتعبير للضيوف بلغـت نسـبتهم 27.5%، و 35% موافقون على ذلك، بينما نجد أن الطلبة المبحوثين و الذين صرحوا عن بعدم موافقتهم على ذلك بلغت نسبتهم 15%، وغير موافقين تماما على ذلك 12%، في حين بلغت بنسبة أفـراد عينـة الدراسة الذين قالوا لا أدري 10.5%.

يمكن ربط البيانات السابقة بما جاء في الجدول رقم -20- و رقم -21- و -22-.

فالطلبة المبحوثين الذين عبروا عن موافقتهم تماما يرجعون ذلك إلى الموضـوعية التـي يتميز بها الضيوف، و التحليل الدقيق الذي يقدمونه كما جاء في تعبيراتهم فـي الجـدول رقـم -21- ورقم -22-.

أما بالنسبة للطلبة المبحوثين الموافقين، فان طريقة طرح المواضيع و الأسـئلة المقدمـة للضيوف من طرف مقدم الحصة -كما هو في الجدول رقم -23- هي السبب في موافقتهم.

في حين يرجع أفراد عينة الدراسة غير الموافقين على أنه لا توجد حرية التعبير إلى مقدم الحصة، لعدم التزامه بالعدل في توزيع الأسئلة على الضيوف للتعبير عن آرائهم.

أما المبحوثين الذين عبروا بغير موافق تماما، فيرجعون ذلك إلى طريقة طرح المواضيع التي يرون بأنها ضعيفة بنسبة 15%، كما هو مبين في الجدول رقم -23-.

بالنسبة للطلبة المبحوثين الذين صرحوا بلا أدري، فيرجعون ذلك إلى عدم رضاهم عـن المواضيع التي تتناولها الحصة في بعض الأحيان، كما هو مبين في الجدول رقم -11-.

ومن خلال كل ذلك، نستنتج بأن اتجاه الطلبة يميل أكثر للموافقة على أن لضيوف حصة أستوديو الكرة حرية كاملة في التعبير، وهو ما تؤكده نسبة 62% التي هي حاصل جمع نسبتي 27.5% و35% واللتين تمثلان على التوالي نسبة من يوافقون بشدة ومن يوافقـون علـى أن الحصة تتميز بحرية التعبير. وهذا ما يوضح بان للطلبة اتجاهات ايجابية بأن ضيوف الحصـة يتمتعون بحرية التعبير. و يؤكد بأن للطلبة اتجاهات ايجابية نحو نوعية الحوار بحصة أستوديو الكرة.

جـدول رقم 25: - يوضح توزيع أفراد العينة حسب موافقتهم على إعطاء الوقت الكافي للضيوف للتعبير عن آرائهم.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
موافق تماما	80	%40
موافق	79	%39.5
لا أدري	21	%11
غير موافق	08	%04
غير موافق تماما	12	%06
المجموع	200	%100

إن البيانات الموجودة أعلاه توضح لنا نسبة الطلبة المبحوثين الموافقين تمامـا علـى أن مقدم حصة أستوديو الكرة يعطي وقتا كافيا للضيوف للتعبير عن آرائهم بنسبة بلغت 40%، أما الطلبة المبحوثون الموافقون فتقدر نسبتهم 39.5%، أما غير الموافقين فبلغـت نسـبتهم 04%، وغير الموافقين تماما فيمثلون نسبة 06%، في حين نجد نسبة الطلبة المبحوثين الذين صـرحوا بلا أدري فقد قدرت نسبتهم11% .

ويرجع الطلبة المبحوثون الموافقون تماما والموافقون ذلك إلى مقدم الحصة، وإلى المستوى الثقافي للضيوف، وطريقة طرح المواضيع والأسئلة، كما هو مبين في الجداول السابقة الذكر.

أما بالنسبة للمبحوثين الذين صرحوا بـ غير موافق تماما وغير موافق، فإن أغلبيتهم يرجعون ذلك إلى طبيعة الموضوع، وضعف المستوى الثقافي للضيوف في بعض الأحيان، كما هو مبين في الجدول رقم-27-.

أما بالنسبة للمبحوثين الذين أجابوا: لا أدري فإنهم لا يهتمون بما يقوله الضيوف، وإنما يتركز اهتمامهم على التعرف على أخبار ونتائج نواديهم.

ومن خلال كل ذلك، نستنتج بأن اتجاه الطلبة يميل أكثر للموافقة على أن لضيوف حصة أستوديو الكرة الوقت الكافي للتعبير عن آرائهم، وهو ما تؤكده نسبة 79.5%، التي هي حاصل جمع نسبتي 40% و39.5% واللتين تمثلان على التوالي نسبة من يوافقون بشدة ومن يوافقون بأن ضيوف حصة أستوديو الكرة لهم الوقت الكافي للتعبير عن آرائهم. وهذا ما يوضح بان اتجاهات الطلبة يميل أكثر للموافقة على أن لضيوف الحصة الوقت الكافي في التعبير عن آرائهم، و يؤكد بان للطلبة اتجاهات ايجابية نحو نوعية الحوار حصة أستوديو الكرة.

جـدول رقم 26: - يوضح توزيع أفراد العينة حسب موافقتهم على وضوح اللغة التي يتكلم بها الضيوف.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
موافق تماما	78	%39
موافق	69	%34.5
لا أدري	00	00
غير موافق	28	%14
غير موافق تماما	25	12.5%
المجموع	200	%100

الجدول أعلاه يبين نتائج الطلبة المبحوثين الموافقين والموافقين تماما على وضوح اللغـة المستعملة بالنسبة للضيوف، وبلغت نسبة الموافقين تماما 39%، في حين بلغت نسبة المـوافقين على ذلك 34.5%.

أما بالنسبة للطلبة من عينة الدراسة الذين أبدوا عدم موافقتهم فقد بلغـت نسـبتهم 14%، وغير الموافق تماما 11%، بينما وصلت نسبة الطلبة المبحوثين الذين أجـابوا بـ ـ: لا أدري 12.5% من مجموع عينة الدراسة.

و على ضوء هذه النتائج و من خلال إجابات المبحوثين على السؤال الذي طرحناه عليهم والذي مفاده: هل يعود ذلك إلى أسباب أخرى؟ فإن أغلبية أفراد عينة الدراسة الموافقين تمامـا والموافقين يرجعون ذلك إلى المستوى العالي للضيوف، وإلى طبيعة الموضوع ونوعية الحوار.

بالنسبة للطلبة المبحوثين غير الموافقين تماما وغير الموافقين فيرون أن اللغة المستعملة، وغموض بعض المصطلحات في اللغة كانت السبب في ذلك.

ومن خلال كل ذلك، نستنتج بأن اتجاه الطلبة يميل أكثر للموافقة على وضوح اللغة التـي يستعملها ضيوف حصة أستوديو الكرة، وهو ما تؤكده نسبة 73.5% التي هي حاصـل جمـع نسبتي 39% و34.5% واللتين تمثلان على التوالي نسبة من يوافقون بشدة ومن يوافقون بـأن

اللغة المستعملة من طرف ضيوف حصة أستوديو الكرة تتميز بالوضوح. وهذا ما يؤكـد بـأن للطلبة اتجاهات ايجابية نحو نوعية الحوار بحصة أستوديو الكرة.

7- تبويب وتحليل البيانات الخاصة باتجاهات الطلبة نحـو ضـيوف حصة أستوديو الكرة.

جـدول رقم 27 : - يوضح توزيع أفراد العينة حسب موافقتهم على تميز الحوار بالتفكير النقدي.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
موافق تماما	72	%36
موافق	65	%32.5
لا أدري	0	0
غير موافق	40	%20
غير موافق تماما	23	%11.5
المجموع	200	%100

توضح لنا النتائج المتحصل عليها أن نسبة الطلبة المبحوثين الموافقين تماما بلغت 36%، وموافق على ذلك 32.5%، في حين قدرت نسبة من هم غير موافقين تمامـا11.5%، وغيـر الموافقين على أن الحوار يتميز بالتفكير النقدي بلغت 20%.

ويرجع الطلبة المبحوثون الذين صرحوا بأنهم موافقون تماما ذلك إلـى طريقـة طـرح المواضيع لمقدم الحصة، حسب ما بينه الطلبة المبحوثون، أما بالنسـبة للمـوافقين فيرجعـون موافقتهم إلى التفكير النقدي للضيوف .

في حين أرجع أفراد عينة الدراسة عدم موافقتهم تماما إلي طبيعة الموضوع، أما الطلبـة المبحوثون غير الموافقون فيرون أن أسئلة البرنامج هي التي تجعل من الحوار لا يتميز بالتفكير النقدي.

ومن خلال كل ذلك، نستنتج بأن اتجاه الطلبة يميل أكثر للموافقة على أن الحوار بحصة أستوديو الكرة يتميز بتفكير نقدي، وهو ما تؤكده نسبة 68.5% التي هي حاصل جمع نسبتي 36% و32.5% واللتين تمثلان على التوالي نسبة من يوافقون بشدة ومن يوافقون بأن حوار حصة أستوديو الكرة يتميز بتفكير نقدي. و يؤكد بأن للطلبة اتجاهات ايجابية نحو ضيوف حصة أستوديو الكرة.

جدول رقم 28 : يوضح توزيع أفراد العينة حسب تقييمهم للمستوى الثقافي لضيوف حصة أستوديو الكرة.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
عال دائما	37	%18.5
عال أحيانا	40	%20
عال نادرا	15	%7.5
متوسط دائما	15	%7.5
متوسط أحيانا	20	%10
متوسط نادرا	20	%10
ضعيف دائما	06	%03
ضعيف أحيانا	10	%05
ضعيف نادرا	37	%18.5
المجموع	200	%100

يتبين لنا من الجدول أعلاه أن أفراد عينة الدراسة الذين صرحوا بأن المستوى الثقافي عال دائما بلغت نسبتهم 18.5%، بينما 20% من المبحوثين يقيمون المستوى الثقافي لضيوف الحصة بـ عال أحيانا، في حين نجد أن 7.5 % من أفراد عينة الدراسة يقولون بـأن المستوى الثقافي للضيوف عال نادرا.

تبين النتائج المتحصل عليها بأن المستوى الثقافي متوسط دائما بنسبة تقدر7.5%، ومتوسط أحيانا بنسبة 10%، و متوسط نادرا بنسبة 10%.

فيما نلاحظ بأن بعض أفراد عينة الدراسة أجابوا بنسبة 03 % بـأن المسـتوى الثقـافي لضيوف حصة أستوديو الكرة ضعيف نادرا، و 18.5% ضعيف دائما، و05% ضعيف أحيانا.

ومن خلال النتائج المتحصل عليها في الجداول المذكورة أعلاه فإنه يمكن تفسير ذلك مما سبق من بيانات من بينها الموجودة في الجدول رقم -19- التي توضح مستوى الحوار الـذي يتمتع به الضيوف، وكذلك الجدول رقم -21- الذي يبين الدقة في التحليل لضـيوف الحصـة، وهذا ما يفسر رأي الطلبة المبحوثين الذين صرحوا بأن المستوى الثقافي للضيوف عال دائما أو عال أحيانا، وهي النسب الأكبر، لأن الدقة في التحليل والمستوى العالي للحوار من بين العوامل الأساسية التي يتمتع بها صاحب المستوى الثقافي العالي، زيادة على تفتحهم العقلي، أما بالنسبة لأفراد العينة الذين عبروا بأن المستوى الثقافي متوسط دائما أو أحيانا فيرجعه الطلبة المبحوثون إلى طبيعة الموضوع، وهذا من خلال الإجابات المتحصل عليها من السؤال الذي مفاده لم يعود ذلك؟ وهذا في الجدول -19-، أما المبحوثون الذين عبروا بضعف المستوى الثقافي للضـيوف دائما أو أحيانا فهم أقلية، ويرجعون ذلك إلى مستواهم الثقافي من خـلال تحلـيلاتهم، واللغـة المستعملة كما هو في الجدول رقم -26-.

ونستنتج بأن أغلب الطلبة المبحوثين يقيمون المستوى الثقافي لضيوف حصـة أسـتوديو الكرة بأنه عال وعال أحيانا. وهذا ما يؤكد بان للطلبة اتجاهات ايجابية نحو ضـيوف حصـة أستوديو الكرة.

جدول رقم 29 : يوضح موافقة أفراد العينة على علاقة ضيوف حصة أستوديو الكرة بالمواضيع المثارة.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
موافق تماما	75	%37.5
موافق	90	%45
لا أدري	-	-
غير موافق	10	% 5
غير موافق تماما	25	%12.5
المجموع	%200	%100

من خلال الجدول، نلاحظ أن نسبة الطلبة المبحوثين الموافقين على أن ضيوف حصة أستوديو الكرة لهم علاقة بالمواضيع المثارة بلغت 37.5 % من أفراد عينة الدراسة، بينما بلغت نسبة الطلبة المبحوثين الموافقين تماما على ذلك 45 %، بينما نجد أن 05 % من المبحوثين غير موافقين على ذلك، و12.5% غير موافقين تماما على أن هناك علاقة بين ضيوف الحصة والمواضيع المثارة.

ويمكن إرجاع النتائج السابقة بالنسبة للطلبة المبحوثين الذين صرحوا بموافقتهم على أن ضيوف حصة أستوديو الكرة لهم علاقة بالمواضيع المثارة، إلى الاختيار الموفق لمقدم الحصة لضيوفه، والاختيار المناسب للموضوع الذي يكون حدث الأسبوع، مثلما يبينه الجدول رقم -13- ، وكما جاء في إجابات المبحوثين في الجدول رقم -26-، فإن نوعية الضيوف واللغة المستعملة من بين الأسباب التي جعلت أفراد عينة الدراسة يبدون عدم موافقتهم.

ويرجع أغلبية الطلبة المبحوثين الموافقين على أن لضيوف حصة أستوديو الكرة علاقة كبيرة بالمواضيع المثارة دائما، وهذا من خلال إجابتهم على السؤال الذي طرحناه عليهم والذي مفاده**:** هل ذلك**،** دائما**،** أحيانا**،أم** نادرا ؟ .

ومن خلال كل ذلك، نستنتج بأن اتجاه الطلبة يميل أكثر للموافقة على أن لضيوف حصة أستوديو الكرة علاقة بالمواضيع المثارة، وهو ما تؤكده نسبة 82.5% التي هي حاصل جمع

نسبتي 37.5% و45% واللتين تمثلان على التوالي نسبة من يوافقون بشدة، ومن يوافقون بـأن لضيوف حصة أستوديو الكرة علاقة بالمواضيع المثارة. وهذا ما يوضح بأن للطلبة اتجاهـات إيجابية نحو ذلك. و يؤكد بأن للطلبة اتجاهات ايجابية نحو ضيوف حصة أستوديو الكرة.

جدول رقم 30 : يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدى معرفة ضيوف الحصة للقوانين الرياضية الجزائرية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
دائما	159	79.5
أحيانا	32	16
نادرا	09	4.5
أبدا	-	-
لا أدري	-	-
المجموع	200	100

إن البيانات الموجودة أعلاه، توضح أن أغلب الطلبة المبحوثين قالوا بأن ضيوف حصـة أستوديو الكرة على دراية بالقوانين الرياضية الجزائرية دائما بنسبة 79.5 %، أما أفراد عينـة الدراسة الذين صرحوا بأنه أحيانا ما يعرف ضيوف الحصة القوانين الرياضية فبلغت نسـبتهم 16 %، بينما بلغت نسبة المبحوثين ممن عبروا نادرا 4.5 % من مجموع عينة الدراسة.

إن أغلبية أفراد العينة، أكدوا على أن الضيوف لهم معرفة بالقوانين الجزائرية، وهذا مـا تؤكده الجداول السابقة التي بينت المستوى الثقافي العالي للضيوف، بالإضافة إلـى أن أغلبيـة أفراد عينة الدراسة يؤكدون على أن ضيوف الحصة يتمتعون بالروح الرياضية، والتفتح العقلي، زيادة على ذلك فإن طرح المواضيع سيكون بطريقة جيدة، وهذا ما تبينـه الجـداول السـابقة واللاحقة.

كما نلاحظ بأنه لا يوجد هناك مبحوث واحد عبر بلا أدري، وهذا يعطي تفسيرا إيجابيـا بأن جميع أفراد عينة الدراسة من طلبة معهد التربية البدنية والرياضية على درايـة بـالقوانين الرياضية، ويعطي الانطباع بأنهم ملمون بهذا الجانب.

جدول رقم 31: يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدى تميز ضيوف حصة أستوديو الكرة بالروح الرياضية.

النسبة	التكرار	الاحتمالات
%95	190	**دائما**
%05	10	**أحيانا**
-	-	**نادرا**
-	-	**لا أدري**
%100	200	**المجموع**

يوضح الجدول أعلاه، بأن أغلبية الطلبة المبحوثين قد أكدوا بأن ضيوف حصة أستوديو الكرة يتميزون دائما بالروح الرياضية وذلك بنسبة95%، وأن نسبة05% من المبحوثين صرحوا بأنه أحيانا ما تكون الروح الرياضية حاضرة بالنسبة للضيوف .

ويرجع أغلبية أفراد عينة الدراسة، تميز ضيوف حصة أستوديو الكرة بالروح الرياضية إلى المستوى الثقافي العالي، ومكانتهم في الحركة الرياضية، وتفتحهم العقلي، مثلما يبينه الجدول رقم -32-. في حين نجد أن الطلبة الذين صرحوا بأنه أحيانا ما يتميز الضيوف بالروح الرياضية، بسبب استخدام مقدم البرنامج لأسئلة يصعب على ضيوفه تقبلها، بالإضافة إلى مستوى الحوار عندما يكون دون المتوسط أو ضعيف، حسب ما جاء في إجابات المبحوثين في الجدول رقم -19-.

الجدول رقم 32:- يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدى تميز تفكير الضيوف حصة أستوديو الكرة بالتفتح العقلي.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	134	%67
أحيانا	50	%25
نادرا	16	%08
أبدا	-	-
لا أدري	-	-
المجموع	200	% 100

تظهر من خلال هذا الجدول، نتائج آراء الطلبة نحو تميز ضيوف الحصة بالتفتح العقلي، فبلغت نسبة المبحوثين الذين صرحوا بأن ضيوف حصة أستوديو الكرة يتمتعون بالتفتح العقلي دائما 67%، وأحيانا 25%، و نادرا 08%.

و يرجع أغلبية أفراد عينة الدراسة، تميز ضيوف حصة أستوديو الكرة بالتفتح العقلي، للمستوى الثقافي العالي، كما هو مبين في الجدول رقم -28-، وإلمامهم بالقوانين الرياضية، كما جاء في الجدول رقم-30-، وهي كلها عوامل تساعد على التميز بالتفتح العقلي دائما أو أحيانا .

بينما نفسر النسب الضعيفة للمبحوثين الذين صرحوا بأنه نادرا مايتميز ضيوف الحصة بالتفتح العقلي، للمستوى الثقافي الذي يتميز به الضيوف، عندما يكون متوسطا أحيانا أو نادرا. كما نلاحظ من خلال إجابات المبحوثين، بأنهم لم يصرحوا بلا أدري وأبدا، وهذا يبين أن للمبحوثين اهتمام كبير ومتابعة دقيقة لمستوى الضيوف.

جدول رقم 33 :- يوضح تقييم المبحوثين للجوانب المتعلقة بالحصة.

التقييم	ممتاز		جيد		حسن		متوسط		دون المتوسط		ردئ		المجموع	
المواضيع	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
عنوان الحصة	45	22.5	42	21	40	20	40	20	33	17	-	-	200	100
مقدم الحصة	55	27.5	65	32.5	35	18	15	7.5	30	15	-	-	200	100
وقت الحصة	20	10	29	14.5	30	15	50	21	50	25	21	%10.5	200	100
برامج الحصة	50	25	55	27.5	30	15	46	23	19	09.5	-	-	200	100
الموسيقى التي تقدمها الحصة	21	10.5	30	15	12	06	60	30	40	20	37	%8.5	200	100
الإخراج	58	29	74	37	18	09	29	15	21	11	-	-	200	100
مستوى الحوار	60	30	73	36.5	20	10	12	06	35	18	-	-	200	100
المواضيع	55	27.5	50	25	25	13	35	18	35	18	-	-	200	100
الضيوف	41	20.5	55	27.5	35	18	29	15	40	20	-	-	200	100
اللغة	50	25	80	40	20	10	28	14	22	11	-	-	200	100
المتوسط الحسابي	38	18.96	46	23.04	22	11	29	14	27	13.54	29	9.5		

توضح لنا النتائج أعلاه، بأن عنوان حصة أستوديو الكرة بالنسبة للمبحوثين ممتاز بنسبة 22.5%، و جيد بنسبة 21%، و متوسط 20%، و دون المتوسط 17%. أما بالنسـبة لمقـدم الحصة فقد رأى الطلبة المبحوثون بأنه ممتاز بنسبة 22.5%، و جيد بنسبة 32.5%، و حسـن بنسبة 18%، و متوسط بنسبة 15%، و دون المتوسط بنسبة 15%. كما عبـر أفـراد عينـة الدراسة بأن وقت الحصة ممتاز بنسبة 10%، و14.5% جيد، و15% حسن، و21% متوسط، و25% دون المتوسط، ورديء 10.5%.

في حين نجد أن برامج الحصة بالنسبة للمبحوثين ممتـازة بنسـبة 25%، و 27.55% جيدة، و15% حسنة، و 23% متوسطة، و 9.5% دون المتوسط. أما بالنسبة للموسيقي المقدمة فإن أفراد عينة الدراسة عبروا بنسبة 10.5% ممتازة، و 15% جيدة، و 6% حسـنة، و 30% متوسطة، و20% دون المتوسط، و 8.5% رديئة.

أما الذين قالوا بأن الإخراج ممتاز، فبلغت نسـبتهم 29%، وجيـد37%، وحسـن 9%، ومتوسط15%، ودون المتوسط11%.

كما صرح أفراد عينة الدراسة بأن مستوى الحوار ممتاز بنسبة 30%، و جيد 36.5%، وحسن 10%، و متوسط 4.5%، و 18% دون المتوسط.

بالنسبة لمواضيع الحصة، فإن الطلبة المبحوثين عبروا بـأن 27.5% ممتـازة، و 25% جيدة، و 13% حسنة، و 18% متوسطة، و 18% دون المتوسط.

في حين نجد بأن ضيوف الحصة بالنسبة للمبحوثين ممتازين بنسـبة 20.5%، وحسـن 18%، و15% متوسط، و 20% دون المتوسط.

و أخيرا فإن أفراد عينة الدراسة عبروا بأن اللغة المستعملة ممتازة بنسبة 25%، وجيـدة بنسبة 40%، وحسنة بنسبة 10%، و متوسطة بنسبة 14%، و 11% دون المتوسط.

ويرجع الطلبة المبحوثون ذلك إلى كل ما سبق ذكره من تفسيرات في الجداول السابقة.

إن المتوسط الحسابي لدرجة ممتاز بالنسبة لكل جوانب حصـة أسـتوديو الكـرة بلـغ 37.92%، أما بالنسبة لتقدير جيد فقد بلغ 46.08 %، وهذا ما يعطي مجموعـه 84 % مـن

مجموع أفراد العينة الذين يقيمون مختلف الجوانب المحددة في دراسة الحصة بتقدير يتـراوح بين جيد وممتاز، وهذا ما يدل على أن اتجاهات الطلبة المبحوثين نحو حصة أستوديو الكرة هي ايجابية جدا، نظرا لما تتميز به هذه الأخيرة من مستوى جيد في مختلف الجوانب.

نستنتج من خلال ما سبق بأن للطلبة اتجاهات إيجابية نحـو حصـة أسـتوديو الكـرة بالإذاعة الوطنية.

خـلاصـة

في هذا الفصل قمنا بتحليل كمي وكيفي للبيانات التي جمعناها من خلال الدراسة التي قمنا بها على عينة من طلبة السنة الرابعة في مختلف التخصصات، بمعهد التربية البدنية والرياضية بالعاصمة، من خلال معرفة اتجاهاتهم نحو حصة أستوديو الكرة بالإذاعة الوطنية.

كما تطرقنا إلى معرفة القسم الرياضي بالقناة الأولى، وتوصلنا إلى أن طلبة التربية البدنية والرياضية في جميع التخصصات لهم اتجاهات إيجابية نحو حصة أستوديو الكرة.

الفصل السابع

مناقشة الفرضيات علي ضوء نتائج الدراسة

تمهيد

1- مناقشة وتحليل النتائج الخاصة بالبيانات العامة

2- مناقشة الفرضية الأولى على ضوء نتائج الدراسة المرتبطة بها

3- مناقشة الفرضية الثانية على ضوء نتائج الدراسة المرتبطة بها

4- مناقشة الفرضية الثالثة على ضوء نتائج الدراسة المرتبطة بها

5- النتيجة العامة للدراسة

6- توصيات

تمهيد

بعد تفريغ البيانات المحصل عليها وتحليلها وفق إجابات المبحوثين على الأسئلة ومقارنـة الجداول التي تقدم لنا المعلومات والتوضيحات الكافية حول اتجاهات الطلبـة نحـو الحصـص الرياضية الإذاعية بالقناة الأولي.

وفي هذا الإطار فان الغاية من ذلك ومن أي بحث علمي هو الوصول إلى وضع إجابات على الفرضيات والتساؤلات التي أعدها الباحث مسبقا، مراعيا في ذلك الابتعـاد عـن الذاتيـة والالتزام بالموضوعية التي تتطلبها كل دراسة علمية أكاديمية. وفيما يلـي أهـم الاسـتنتاجات المتوصل إليها في هذه الدراسة.

1- مناقشة وتحليل النتائج الخاصة بالبيانات العامة :

- نستنتج من خلال الدراسة، أن نسبة الذكور أكثر من نسبة الإناث من الطلبة الذين يتابعون حصة أستوديو الكرة، حيث أنهم يمثلون 95.5 %من مجموعها، في حين أن نسبة الإناث بلغت 4.5 % فقط من مجموع أفراد عينة الدراسة.

- أغلب الطلبة المبحوثين الذين يتابعون حصة أستوديو الكرة يتراوح سنهم ما بين 21 سنة و 22 سنة وهو ما تؤكده نسبة 65 %.

- أكدت لنا الدراسة التي قمنا بها بأن أغلب الطلبة المتابعين لحصة أستوديو الكرة ينتمون لتخصص كرة القدم وهذا ما تؤكده نسبة 40% من مجموع عينة الدراسة.

- من خلال الدراسة تبين بأن أغلبية الطلبة المبحوثين يقطنون في الأحياء الجامعية. وهذا ما تؤكده نسبة82.5 %

- استنتجنا من خلال الدراسة أن نسبة43.5% من الطلبة يتابعون حصة أستوديو الكرة أحيانا، وهي تمثل أكبر نسبة في عينة الدراسة و يرجع أغلبيتهم دائما إلى توقيت الحصة غير المناسب

- من خلال الدراسة يتضح لنا بأن أغلب المبحوثين يتابعون الحصة في الغرفة بسبب مكان إقامتهم بالحي الجامعي وهو ما تؤكده نسبة 82.5 %.

- توصلنا من خلال الدراسة إلى أن أغلبية المبحوثين من الطلبة يتابعون نصف الحصة، ويرجعون سبب عدم متابعتها كاملة إلى توقيتها الذي لا يناسب أغلبية أفراد عينة الدراسة المقيمين بالأحياء الجامعية.

- توضح لنا الدراسة أن أغلب أفراد عينة الدراسة كانت متابعتهم للحصة بعد سنوات من انطلاق تقديمها في القناة الأولى، وهذا ما تؤكده نسبة 48.5 % من مجموع الطلبة المبحوثين، وأغلبهم يرجع ذلك إلى عامل التحاقهم بفرع التربية البدنية والرياضية بالجامعة والذي لم يتعد أربع سنوات في أغلب الحالات .

2- **مناقشة الفرضية الأولى على ضوء نتائج الدراسة المرتبطة بها.**

تمثلت الفرضية الأولى فيما يلي :

. اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية ايجابية نحو المواضيع التي تقدمها حصة أستوديو الكرة.

- أغلبية الطلبة المبحوثين يرون بأن مواضيع حصة أستوديو الكرة إخبارية ولهذا نجد بأن الطلبة المبحوثين يميلون أكثر للموافقة على المواضيع الإخبارية،وهو ما تؤكده نسبة 70.5% على أن الحصة تهتم أكثر بالمواضيع الإخبارية.

وأن نسبة 56% من الطلبة يرون بأن المواضيع التي تقدمها الحصة هي تتراوح بين درجتي هامة جدا وهامة.

- توضح لنا نتائج الدراسة أن نسبة 30% من أفراد عينة الدراسة ترى أن حصة أستوديو الكرة لا تهمل المواضيع المهمة.

- نجد من خلال الدراسة أن الطلبة المبحوثين يعيبون على الحصة عدم اهتمامها بالمواضيع التي تهتم بالأقسام الدنيا، مثل قسم ما بين الرابطات والأقسام الجهوية وكذلك الرياضة النسوية وكرة القدم في الجنوب، وكذلك الأصناف الصغرى.

- من خلال الدراسة نستنتج أن أغلبية المبحوثين في هذه الدراسة من أفراد عينة الدراسة يؤكدون أن هناك ارتباطا بين المواضيع التي تقدمها الحصة والأحداث على الساحة الرياضية، ويرجعون ذلك لاهتمامات الحصة بالجانب الإخباري للجمهور، خاصة المتتبع لرياضة كرة القدم، وهذا ما تؤكده نسبة 65% من أفراد عينة الدراسة.

- من خلال هذه الدراسة تبين لنا بأن أغلب المبحوثين يرون بأن المواضيع التي تقدمها حصة أستوديو الكرة تساهم في تشخيص المشكلات التي تعاني منها الرياضة في الجزائر، وهو ما تؤكده نسبة 73.5%من مجموع أفراد عينة الدراسة، وهي من بين الأسباب التي تجعل أفراد العينة يتابعون حصة أستوديو الكرة .

- يرى أغلبية الطلبة المبحوثين أن الحصة تساهم في علاج المشكلات التي تعاني منها الرياضة في الجزائر وأنها تعالج مواضيع ذات أهمية وتساهم في نشر الروح الرياضية.ومحاربة العنف في الملاعب وهو ما تؤكده نسبة 70% من أفراد عينة الدراسة .

- من النتائج المتحصل عليها من خلال الدراسة أوضح المبحوثون أن أهم الأسباب التي تجعلهم يتابعون حصة أستوديو الكرة هي وفقا للترتيب التالي:

أ- الحصول على معلومات تزودهم بثقافة رياضية، وهو ما تؤكده نسبة 43.5 % من أفراد عينة الدراسة.

ب - الرغبة في التعرف على أخبار الفرق وهو ما تؤكده نسبة 60% من أفراد عينة الدراسة.

ج - المواضيع التي تروّح عن النفس، وهو ما تؤكده نسبة 53% من أفراد عينة الدراسة.

د- لأنها تعالج المواضيع ذات أهمية، وهو ما تؤكده نسبة 73% من أفراد عينة الدراسة.

هـ،- لأن نوعية الحوار تجعلهم يتابعون حصة أستوديو الكرة، وهو ما تؤكده نسبة 40% من أفراد عينة الدراسة.

ر- لأنها تساهم في نشر الروح الرياضية، وهو ما تؤكده بنسبة85% من أفراد عينة الدراسة.

ز- مساهمة مواضيع حصة أستوديو الكرة في محاربة العنف في الملاعب، وهو ما تؤكده نسبة 58% من أفراد عينة الدراسة.

ط - الاستمتاع بالموسيقى، وهو ما تؤكده نسبة 39% من أفراد عينة الدراسة.

ض - رغبة المبحوثين في تنمية الجانب المعرفي في التخصص، وهو ما تؤكده نسبة 87% من أفراد عينة الدراسة.

ح - لها دور في التعريف بالشخصيات الهامة، وهو ما تؤكده نسبة 55.5%. من أفـراد عينة الدراسة.

خ - لأنها تقوم بدور تعريفي لقوانين كرة القدم، وهو ما تؤكده نسبة 41.5% من أفـراد عينة الدراسة.

ومن خلال ما سبق من أسباب تجعل أفراد عينة الدراسة يتابعون الحصة يتأكد لنا بـأن للطلبة اتجاهات ايجابية نحو المواضيع التي تقدمها حصة أستوديو الكرة وهذا ما يجعلنا نقول بأن الفرضية الأولى قد تحققت.

3- مناقشة الفرضية الثانية على ضوء النتائج المرتبطة بها.

تمثلت الفرضية الثانية فيما يلي:

. اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية ايجابية نحو نوعيـة الحـوار بحصـة أستوديو الكرة.

- يرى أغلبية المبحوثين أن حصة أستوديو الكرة تتميز بمستوي حوار بـين عـال جـدا وعال أحيانا وهو ما تؤكده نسبة 66.5% من أفراد عينة الدراسة.

- أقر أغلبية أفراد عينة الدراسة أن الحصة تتميز بالموضوعية في الحوار وهو ما تؤكده نسبة 60% ممن يقولون أن الحوار يتميز بالموضوعية ويرجعون ذلك إلى أسئلة مقدم الحصـة للضيوف و إلى طبيعة الموضوع.

– يرى أغلبية الطلبة المبحوثين أن تحليل الضيوف يتميز بالدقة وهو مـا تؤكـده نسـبة 55.5% من أفراد عينة الدراسة ويرجع أغلبية المبحوثين ذلك إلى طريقة مقدم الحصـة فـي النقاش والوقت الكافي للتعبير عن آرائهم.

- من خلال الدراسة نستنتج بأن اتجاه الطلبة يميل أكثر للموافقة على أن حصة أستوديو الكرة تتميز بالدقة، وهو ما تؤكده نسبة 55.5% على أن الحصة تتميز بالدقة.

- توصلنا من خلال الدراسة إلى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يرون بأن حصة أستوديو الكرة تتميز بحوار بناء، وهو ما تؤكده نسبة 56% ويرجعون ذلك إلى حريـة التعبيـر التـي يمنحها مقدم الحصة للضيوف، والوقت الكافي لهم للتعبير عن آرائهم.

- يقيّم أغلب الطلبة المبحوثين من خلال الدراسة بأن طريقة طرح المواضيع في حصـة أستوديو الكرة جيدة بنسبة 60%.

و من خلال ما توصلنا إليه من النتائج التي تؤكد بأن نوعية الحوار بناء، وطريقة طرح المواضيع جيدة وتحليل الضيوف يتميز بالدقة والموضوعية في الحوار، بالإضـافة إلـى أن مستوى الحوار عال جدا وعال أحيانا، فانه يمكننا القول بأن فرضية البحث التي مفادها بـان للطلبة اتجاهات ايجابية نحو نوعية الحوار بحصة أستوديو الكرة قد تحققت.

4- مناقشة الفرضية الثالثة على ضوء النتائج المرتبطة بها.

تمثلت الفرضية الثالثة فيما يلي:

. اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية ايجابية نحو ضيوف حصـة أسـتوديو الكرة.

من خلال الدراسة نستنتج بأن اتجاه الطلبة يميل أكثر للموافقة على أن لضـيوف حصـة أستوديو الكرة حرية كاملة في التعبير، وهو ما تؤكده نسبة 62.5% على أن الحصـة تتميـز بحرية التعبير.

- أغلبية الطلبة المبحوثين من خلال الدراسة يؤكدون أن مقدم حصة أستوديو الكرة يعطي وقتا كافيا للضيوف للتعبير عن آرائهم وهو ما تؤكده نسبة 79.5% ممن يقولون أن مقدم حصة أستوديو الكرة يعطي وقتا كافيا للضيوف للتعبير عن آرائهم، ويرجعون ذلك إلى مقدم الحصـة وإلى المستوى الثقافي للضيوف، وطريقة طرح المواضيع.

- يرى أغلبية الطلبة المبحوثين بأن اللغة التي يستعملها ضيوف الحصة تتميز بالوضـوح حسب أفراد عينة الدراسة، وهو ما تؤكده نسبة 73.5% ممن يقولون أن اللغة المستعملة تتميز

بالوضوح. ويرجعون ذلك إلى المستوى العالي للضيوف و إلى طبيعـة الموضـوع ونوعيـة الحوار.

- من خلال الدراسة نستنتج بأن اتجاه الطلبة يميل أكثر للموافقة على أن حـوار حصـة أستوديو الكرة يتميز بتفكير نقدي، وهو ما تؤكده نسبة 68.5% بأن حوار حصة أستوديو الكرة يتميز بتفكير نقدي. ويرجعون ذلك إلي طريقة طرح المواضيع لمقدم الحصة، و إلـى طبيعـة الموضوع .

- توضح لنا الدراسة بأن اللغة التي يستعملها ضيوف الحصة تتميز بالوضوح، وهو مـا تؤكده نسبة 38.5%. ويرجع الطلبة المبحوثون ذلك إلى الدقة في التحليـل لضـيوف الحصـة والمستوى العالي للحوار، زيادة على تفتحهم العقلي.

- توصلنا من خلال الدراسة إلى أن أغلبية المبحوثين قالوا بأن ضيوف حصة أسـتوديو الكرة لهم علاقة بالمواضيع المثارة، وهو ما تؤكده نسبة 82.5%. ويرجعون ذلك إلى الاختيار الموفق لمقدم الحصة لضيوفه، و الاختيار المناسب للموضوع الذي يكون حدث الأسبوع .

- من خلال الدراسة تبين لنا أن ضيوف حصة أستوديو الكرة علـى درايـة بـالقوانين الرياضية الجزائرية دائما، وهو ما تؤكده نسبة 79.5 % من أفراد عينة الدراسـة. ويرجعـون ذلك إلى المستوى الثقافي العالي للضيوف، والروح الرياضية التي يتمتعون بها، بالإضافة إلـى التفتح العقلي الذي يتميزون به.

- يرى أغلبية الطلبة المبحوثين من خلال الدراسة أن ضيوف حصـة أسـتوديو الكـرة يتميزون دائما بالروح الرياضية، وهو ما تؤكده نسبة95% من أفراد عينة الدراسة. ويرجعون ذلك إلى المستوى الثقافي العالي، ومكانتهم في الحركة الرياضية وتفتحهم العقلي .

- من خلال الدراسة نستنتج بأن ضيوف الحصة يتميزون بالتفتح العقلي دائما، وهـو مـا تؤكده نسبة 67% من أفراد عينة الدراسة. ويرجعون ذلك إلى المستوى الثقافي العالي وإلمامهم بالقوانين الرياضية .

و من خلال ما توصلنا إليه من النتائج التي تؤكد بأن لضيوف حصة أستوديو الكرة حرية كاملة في التعبير، ولهم الوقت الكافي للتعبير عن آرائهم، و باستعمالهم لغة واضحة في الحوار بالإضافة إلى علاقتهم بالمواضيع المثارة، وأنهم على دراية بالقوانين الرياضية الجزائرية دائما و يتميزون بالروح الرياضية والتفتح العقلي دائما، فانه يمكننا القول بأن فرضية البحث التي مفادها بان للطلبة اتجاهات ايجابية نحو ضيوف حصة أستوديو الكرة قد تحققت.

5- النتيـجـة العــامـة للـــدراســة:

من خلال النتائج المتوصل إليها بفضل هذه الدراسة نستنتج بان لطلبة معهد التربية البدنية والرياضية اتجاهات ايجابية نحو حصة أستوديو الكرة بالقناة الأولى للإذاعة الوطنية، وهذا ما يؤكد بأن الفرضية العامة للدراسة قد تحققت.

6- توصيات الدراسة :

من خلال ما سبق من نتائج واستنتاجات يمكن أن نقترح التوصيات التالية :

1- وضع سياسة إعلامية رياضية على أسس علمية منهجية والمتبعة من طـرف الـدول المتقدمة في ميدان العمل الصحفي الرياضي.

2- النهوض بالبرامج الإذاعية الرياضية كمّا وكيفا.

3- توفير كل الإمكانات والوسائل المادية والبشرية والصحفية الضرورية للعمل من أجل إعلام رياضي هادف.

4- الأخذ بعين الاعتبار كل الرياضات الأخرى إلى جانب كرة القدم.

5 - تقسيم العمل على الصحفيين، وتشجيع التخصص في نوع معين من الرياضة، وذلك قصد متابعتها وتغطيتها باستمرار.

6- خلق حصص رياضية خاصة بكل رياضة.

7- الإكثار من البرامج الرياضية الإذاعية الهادفة والجادة التي تقوم على أسـس علميـة وتقنية.

8- إعطاء صورة واضحة لعمل الأسر الرياضية المتابعة في العمل الميداني.

9- وضع إستراتجية في العمل تتناسب مع مختاف البرامج الرياضية.

10- التنويع في محتوى البرامج الرياضية.

11- زيادة عدد الصحفيين المختصين في الإعلام الرياضي، مع الاعتماد علـى عنصـر الكفاءة والتجربة الميدانية من أجل توزيع أكثر فعالية للعمل الصحفي.

12- الابتعاد عن سياسة الاحتكار لنوع واحد من الرياضـة، وإعطـاء الفرصـة لكـل الرياضات مثلها مثل كرة القدم، وذلك من حيث وقت البث.

13- توسيع العلاقة مع أهل الرياضة.

14- خلق إذاعات متخصصة في الرياضة.

15- توسيع التغطية الإعلامية لمختاف النشاطات الرياضية المقامة في مختلـف منـاطق الوطن.

16- إشراك الجمهور في الحوار بالحصة .

17- الاختيار النوعي لضيوف الحصة.

18- ربط مواضيع الحصة بالأحداث الرياضية .

19- اختيار توقيت مناسب للحصة .

20- استعمال لغة واضحة حتى يتمكن المتتبع للحصة من فهم الموضوع.

21- وضع بريد الكتروني للحصة.

22- الاهتمام بالمواضيع التي تتحدث عن الرياضة في الجنوب والأقسام السفلى.

23- اختيار الضيوف يكون حسب المواضيع المثارة.

24- التنويع في اختيار الضيوف والاهتمام بآراء الإطارات الرياضية الجامعية من أساتذة وطلبة باحثين.

25- التركيز على المواضيع التربوية المتعلقة بنشر الروح الرياضية ومكافحة العنف في الملاعب الجزائرية.

26- الإكثار من دراسات الجمهور وذلك لمعرفة آرائهم واتجاهاتهم حتى يتسنى للقـائمين على الإعلام الرياضي وضع سياسات هادفة تناسب آراء الجمهور واتجاهاتهم لجلب أكبر عدد ممكن من المستمعين للبرامج الرياضية.

خـــاتـــمـة :

لقد قطع الإعلام الرياضي أشواطا كبيرة من التطور الايجابي، خاصة في السنوات الأخيرة، من حيث زيادة العاملين من الصحفيين، التقنيين والإداريين، وكذا التحسن النسبي في ظروف العمل. إلا أنه وبالرغم من كل ذلك مازال يعاني واقعا مليئا بالمشاكل التي حالت دون بلوغه المستوى الحقيقي، ولحاقه ومسايرته للإعلام الرياضي في الدول الأجنبية، وما يقوم به من دور.

وما هذا إلا نتيجة عدم توفر بعض الشروط الضرورية التي أدت بالإعلام الرياضي بكل فروعه إلى عدم القيام بالدور المنوط به، وحالت دون تحسين كبير في كمية ونوعية الإنتاج الرياضي المقدم للجمهور.

ومن خلال دراستنا، واللقاءات الأخيرة التي أجريناها مع السادة الصحفيين العاملين بالقسم الرياضي في إذاعة القناة الأولى، فإنه لابد من تكثيف الجهود لإنتاج حصص رياضية أخرى، وتحسين مضمون الحصص الرياضية الحالية، لأن الرياضة أصبحت تشكل جسراً للحوار والتقارب والتفاهم والاحترام وقبول الآخر، والمساهمة الفاعلة في حل مشاكل الإنسانية، وصنع السلم العالمي، وأن الوصول إلى ذلك يتطلب درجة عالية من المهنية والعصرنة، والموضوعية، والانفتاح والحيادية والالتزام، وتوظيف آخر ما توصلت إليه التقنية الحديثة في المجال الإعلامي المختص في الرياضة.

وهذه الدراسة محاولة منا لاكتشاف مدى ميول واتجاه الطلبة نحو الحصـص الرياضـية بالإذاعة الوطنية، وعلى مضمون الرسالة الإعلامية التي تحملها هذه الحصص.

فالنتائج المتحصل عليها تؤكد الميل الايجابي للمواضيع ولنوعية الحوار وكـذا لمقـدم الحصة ولضيوف البرنامج، بشكل يجعلنا نعطي أكثر اهتماما لهذه الحصـص والأخـذ بعـين الاعتبار كل ما يمكن أن يجعل المتابع لها يستفيد إخباريا، تربويا و ترفيهيا .

قائمة المراجع :

المراجع باللغة العربية :

1- أبو النبل محمود السيد: علم النفس الصناعي، ط4، بيروت، 1985.

2- إبراهيم نجيب إسكندر و مليكة لويس كامل و منصور رشدي: الدراسة العلمية للسلوك الاجتماعي، ط3، دار النهضة، القاهرة.

3- أديـب خصـور: الإعلام الرياضي، ط1، دمشق المكتبة الإعلامية، 1994.

4- إسماعيل إبراهيم: الصحفي المتخصص، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2001 م.

5- أحمد زكي صالح: علم النفس في إدارة الصناعة، دار النهضة الحديثة، القاهرة، 1979.

6- أحمد عكاشة: الطب النفسي المعاصر، دار المعارف ، القاهرة، 1976.

7- زهير احدادن: تاريخ الإذاعة والتلفزة،ديوان المطبوعات الجامعية،1987.

8- زيدان محمد مصطفى: علم النفس الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1984.

9- حمدي حسن: مقدمة في دراسة و أساليب الاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، 1989.

10- محمد طلال وآخرون: ملاحظات منهجية حول البحوث الإعلامية في الوطن العربي السنة الثانية، العدد 2 سبتمبر 1982.

11- محمد مـوسي: أسس ومناهج البحث في علوم التربية وعلم النفس، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1984، الجزائر .

12- محمد عبد الرحمان الضيف: تأثير وسائل الإعلام، دراسة في النظريات و الأساليب، مكتبة العبيكان، الرياض، 1994.

13- محمد عليان المشوط:علم النفس الإعلامي،مطبعة الداودي،دمشق،1988.

14- محمد علي شهيب: السلوك الإنساني في التنظيم، القاهرة، 1976.

15- محمود السيد أبو النبل: علم النفس الصناعي، بحوث عربية وعالمية، دار النهضة العربية، بيروت، 1985.

16- محمود فهمــي: الصوت والصورة، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة،سنة النشر غير واردة.

17- مصطفى فهمي محمد القطان: علم النفس الاجتماعي، ط 2، مكتبة الخانجي، القاهرة، 1979 .

18- نيل . د ، و تايلور: "في غرفة الأخبار"، ترجمة: حمدي عباس، الدار الدولية، القاهرة، 1990م.

19- سويف مصطفى: مقدمة لعلم النفس، ط.2، القاهرة: المكتبة الأنجلو مصرية، 1966.

20- سحر محمد وهبي: بحوث في الاتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ج1، 1996.

21- سعد جلال: علم النفس الاجتماعي، بنغازي: منشورات جامعة قار يونس، 1989.

22- عباس محمود عوض: علم النفس، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1944.

23- عبد الحميد محمد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام،ديوان المطبوعات الجامعية 1987.

24- عيساوي عبد الرحمان: دراسات في علم النفس الاجتماعي، ط1، بيروت: دار النهضة العربية، 1974.

25- فــرج الكامــل: تأثير وسائل الإعلام الاتصال- الأسس النفسية والاجتماعية-، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 1985م.

26- رابــح تركــي: مناهج البحث في علوم التربية وعلم النفس، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1984.

27- خير الدين علي عويس عطا حسن عبد الرحيم: الإعلام الرياضي، مركز الكتاب للنشر، الجزء الأول، القاهرة، 1998 .

28- خليل صابات: وسائل الاتصال،نشأتها وتطورها،مكتبة الأنجاد المصرية،القاهرة،1991.

29- خضور أديب : "أدبيات الصحافة "، دمشق ، جامعة دمشق، 1986.

المواثيق والمناشير والجريدة الرسمية :

1- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديموقراطية الشعبية،عدد14، 1990/01/04 .

2- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، عدد-4- لـ 1992.

المعـــاجــــم :

1- معجم المصطلحات الإعلامية، ط1، **دار الشروق**، القاهرة 1985.

2- معجم المصطلحات الإعلامية، إنجليزي- عربي، دار الشروق العربي، د. ت .

3- منجد الطلاب: دار الشرق، بيروت، 1977 م

المرجع باللغة الفرنسية :

1- **Hocine mazali :** une réflexion sur l'audio visuel, petite écran , N° 7 juillet , 1995, Algérie.

الملاحق

الملحق 01 : استمارة الاستبيان

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الجزائر

معهد التربية البدنية والرياضية

استمارة استبيان حول موضوع

اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحو حصة " أستوديو الكرة" بالقناة الأولى للإذاعة الوطنية

رسالة مكملة لنيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية
تخصص إعلام رياضي تربوي

إعداد الطالب:
عمرون مفتاح

إشراف الأستاذ الدكتور:
بوداود عبد اليمين

- أخي الطالب، أختي الطالبة، معلومات هذه الاستمارة سرية ، ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي، فيرجى منكم الإجابة بكل موضوعية حول ما يطرح عليكم من أسئلة.

استمارة الاستبيان، تطبق مع عينة طلبة معهد التربية البدنية والرياضية الذين يتابعون حصة : "أستوديو الكرة" بالقناة الأولى للإذاعة الوطنية.

- ضع علامة (×) أمام الإجابة التي تراها الأكثر تعبيرا عن قناعتك وسلوكك

المحور الأول: بيانات عامة عن الطالب المبحوث:

1- الجنس: ذكـــر ☐ أنثـــى☐

2- السن: .... سنة.

3- التخصص: ....

4- السكن: بالحي الجامعي ☐ بالبيت العائلي☐ عند أحد الأقارب☐

المحور الثاني: بيانات حول متابعة المبحوث لحصة "أستوديو الكرة"

5- هل تتابع حصة " أستوديو الكرة" ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

في كل الحالات يسأل : لماذا؟

....

6- غالبا ما تتابع حصة " أستوديو الكرة " في :

البيت ☐ الغرفة ☐ المقهى ☐ السيارة ☐

مكان آخر، يذكر ....

7- عندما تتابع حصة " أستوديو الكرة" فإنك:

- تتابعها كاملة دون انقطاع☐ - تتابعها مع بعض فترات الانقطاع ☐

- تتابع جزءا كبيرا منها ☐ - تتابع نصفها ☐

- تتابع جزءا قليلا منها ☐

* في كل الحالات يسأل: ما سبب ذلك؟

....

8- متابعتك لحصة " أستوديو الكرة" كانت:

أ- منذ انطلاق تقديمها في القناة الأولى للإذاعة الوطنية سنة ☐

ب- بعد مدة قليلة من انطلاق تقديمها في القناة الأولى ☐

جـ- بعدة سنوات من انطلاق تقديمها في القناة الأولى ☐

د- مؤخرا فقط ☐

* في كل الحالات يسأل: ما سبب ذلك؟..

....

....

....

* في الحالات : ب، جـ، د، يسأل : هل ذلك يعود:

- إلى عدم معرفتك السابقة لها؟ ☐
- إلى عدم اهتمامك بموضوعها سابقا؟ ☐
- إلى عدم رضاك بمستوى الحوار فيها؟ ☐
- إلى عدم رضاك بنوعية الضيوف؟ ☐
- إلى عدم اهتمامك بالرياضة تماما؟ ☐
- إلى أسباب أخرى ....

المحور الثالث: اتجاهات الطلبة المبحوثين نحو المواضيع التي تقدمها حصة " أستوديو الكرة"

9- حصة " أستوديو الكرة" تهتم بالمواضيع

	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
- التثقيفية	☐	☐	☐	☐	☐
- الإعلامية	☐	☐	☐	☐	☐
- الترفيهية	☐	☐	☐	☐	☐
- الأخلاقية	☐	☐	☐	☐	☐

* في كل الحالات، يسأل: هل تجد تلك المواضيع:

هامة جدا ☐ هامة☐ لاأدري ☐ غير هامة☐ غير هامة تماما ☐

10- المواضيع التي تهتم ها حصة " استديو الكرة" هي هامة:

موافق تمام☐ موافق☐ محايد ☐ غير موافق ☐ غير موافق تمام ☐

* في كل الحالات يسأل: لماذا؟

....

....

..

11- حصة " أستوديو الكرة" تهمل دائما، مواضيع ذات أهمية:

موافق تمام☐ موافق☐ محايد☐ غير موافق☐ غير موافق تمام☐

- في حالات : موافق تمام، موافق، أذكر بعضا منها:

....

12- المواضيع التي تقدمها حصة " أستوديو الكرة" ترتبط بالأحداث على الساحة الرياضية:

موافق تمام☐ موافق☐ محايد ☐ غير موافق ☐ غير موافق تمام ☐

13- المواضيع التي تقدمها حصة " أستوديو الكرة" تساهم في تشخيص المشكلات التي تعاني منها الرياضة في الجزائر

موافق تمام☐ موافق☐ محايد ☐ غير موافق ☐ غير موافق تمام ☐

14- المواضيع التي تقدمها حصة " أستوديو الكرة" تساهم في علاج المشكلات التي تعاني منها الرياضة في الجزائر

موافق تمام☐ موافق☐ محايد ☐ غير موافق ☐ غير موافق تمام ☐

15- إذا طلب منك اقتراح مواضيع لحصة "أستوديو الكرة" فما هي أهم المواضيع التي تقترحها؟

....

16- الأسباب التي تجعلك تتابع حصة " أستوديو الكرة" في أنها :

	موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تمام
- تمدك بثقافة رياضية	☐	☐	☐	☐	☐
- تعرفك بأخبار الفرق.	☐	☐	☐	☐	☐
- تعرفك بالأخبار الرياضية.	☐	☐	☐	☐	☐
- تروح عن نفسك	☐	☐	☐	☐	☐
- تعالج مواضيع ذات أهمية.	☐	☐	☐	☐	☐
- تتميز بنوعية الحوار.	☐	☐	☐	☐	☐
- تنمي معارفك في التخصص.	☐	☐	☐	☐	☐
- تعرفك بشخصيات هامة.	☐	☐	☐	☐	☐
- تعرفك بقوانين الكرة الجزائرية.	☐	☐	☐	☐	☐
- تساهم في نشر	☐	☐	☐	☐	☐

الروح الرياضـــــــة.

- تساهم في محاربة العنف في الملاعب. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

- تجعلـك تستمتـــع بالموسيقى التي تقدمها. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

المحور الرابع: اتجاهات الطلبة المبحوثين نحو مستوى حوار بحصة " أستوديو الكرة" :

17- مستوى الحوار بين الضيوف في حصة " أستوديو الكرة" هو:

عال جدا ☐ عال ☐ متوسط ☐ دون المتوسط ☐ ضعيف ☐ لا أدري ☐

- في كل الحالات، يسأل: لما يعود ذلك؟

....

مستوى الضيوف ☐ مستوى مقدم الحصة ☐ طبيعة الموضوع ☐

18- يتميز الحوار في حصة " أستوديو الكرة" بالموضوعية:

موافق تماما ☐ موافق ☐ لا أدري ☐ غير موافق ☐ غير موافق تماما ☐

* في كل الحالات يسأل: لماذا؟ ....

....

....

.

19- يتميز التحليل الذي يطرحه ضيوف الحصة بالدقة؟

موافق تماما ☐ موافق ☐ لا أدري ☐ غير موافق ☐ غير موافق تماما ☐

* في كل الحالات يسأل: لماذا؟...

....

....

..

20- يتميز الحوار في حصة " أستوديو الكرة" بأنه حوار بناء

موافق تماما ☐ موافق ☐ لا أدري ☐ غير موافق ☐ غير موافق تماما ☐

* في كل الحالات يسأل: لماذا؟ ....

....

21- هل طريقة طرح المواضيع؟ جيدة ☐ متوسطة ☐ ضعيفة ☐

- ماذا تقترح كطريقة بديلة؟...

22- توجد حرية للتعبير من طرف الضيوف في حصة " أستوديو الكرة"

موافق تماما ☐ موافق ☐ لا أدري ☐ غير موافق ☐ غير موافق تماما ☐

23- يعطي مقدم الحصة، وقتا كافيا للضيوف، للتعبير عن آرائهم

موافق تماما ☐ موافق ☐ لا أدري ☐ غير موافق ☐ غير موافق تماما ☐

* إذا كنت غير موافق، فهل ذلك يرجع إلى:

- ضيق الوقت المخصص للحصة

- عدم التزام المقدم بالعدل في توزيع الكلمة
- طول الوقت المخصص للموسيقى أو أخرى
- سبب آخر، أذكره ....

24- اللغة التي يتكلم بها الضيوف تتميز بالوضوح

موافق تماما☐ موافق☐ لا أدري ☐ غير موافق☐ غير موافق تماما ☐

* في حالة الإجابة بـ: غير موافق تماما، يسأل:

هل يعود ذلك إلى:

- اللغة المستعملة☐ - عدم دقة الكلمات المستعملة☐ - غموض المصطلحات المستعلمة☐

- أسباب أخرى ....

....

25- يتميز التفكير، خلال الحوار، بحصة " أستوديو الكرة" بأنه تفكير نقدي

موافق تماما☐ موافق☐ لا أدري ☐ غير موافق☐ غير موافق تماما ☐

المحور الخامس: اتجاهات الطلبة المبحوثين نحو ضيوف حصة " أستوديو الكرة"

26- هل المستوى الثقافي لضيوف حصة " أستوديو الكرة" هو :

- عال دائما ☐ - عال أحيانا ☐ - عال نادرا ☐
- متوسط دائما ☐ - متوسط أحيانا ☐ - متوسط نادرا ☐
- ضعيف دائما ☐ - ضعيف أحيانا ☐ - ضعيف نادرا ☐

27- ضيوف حصة " أستوديو الكرة" لهم علاقة بالمواضيع المثارة

موافق تماما☐ موافق☐ لا أدري ☐ غير موافق☐ غير موافق تماما ☐

* في كل الحالات، يسأل: هل ذلك :

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

28- يتميز ضيوف حصة " أستوديو الكرة" بمعرفتهم للقوانين الرياضية الجزائرية

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ أبدا☐ لا أدري☐

29- يتميز ضيوف حصة " أستوديو الكرة" بروحهم الرياضية

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ أبدا ☐ لا أدري ☐

30- يتميز ضيوف حصة " أستوديو الكرة" بتفتحهم العقلي

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ أبدا ☐ لا أدري ☐

31- من تقترح كضيوف مهمين لحصة " أستوديو الكرة"؟

....

32- كيف تقيم؟

	ممتاز	جيد	حسن	متوسط	دون المتوسط	رديء
- عنوان الحصة	☐	☐	☐	☐	☐	☐
- مقدم الحصة	☐	☐	☐	☐	☐	☐
- وقت الحصة	☐	☐	☐	☐	☐	☐
- برامج الحصة	☐	☐	☐	☐	☐	☐
- الموسيقى التي تقدمها الحصـــة	☐	☐	☐	☐	☐	☐
- الإخراج	☐	☐	☐	☐	☐	☐
- مستوى الحوار	☐	☐	☐	☐	☐	☐
- المواضيع	☐	☐	☐	☐	☐	☐
- الضيوف	☐	☐	☐	☐	☐	☐
- اللغة	☐	☐	☐	☐	☐	☐

33- ما هي اقتراحاتك، من أجل تحسين الحصة " أستوديو الكرة"؟

....

....

....

....

....

شكـــرا علــــى تعاونكـــم معنــــا

ملخص الدراسة

- عنوان الدراسة:

اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحو حصة أستوديو الكـرة بالقنـاة الأولـي للإذاعـة الوطنيـ ـة .

التساؤل العام للدراسة:

ما هي اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحو حصة أستوديو الكرة بالقناة الأولي للإذاعة الوطنيـ ـة ؟

- الأسئلة الفرعية

- ما هي اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحو ما تقدمه حصة أستوديو الكرة من موضوعات ؟
- ما هي اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحو نوعية الحوار بحصة أستوديو الكرة ؟
- ما هي اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحو ضيوف حصة أستوديو الكرة ؟

- الفرضيـــات:

- **الفرضية العامـة:**

اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية ايجابية نحو حصة أستوديو الكرة بالقناة الأولى للإذاعة الوطنية.

- **الفرضيات الفرعية:**

- اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية ايجابية نحو المواضيع التي تقدمها حصة أستوديو الكرة.
- اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية ايجابية نحو نوعية الحوار بحصة أستوديو الكرة .
- اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية ايجابية نحو ضيوف حصة أستوديو الكرة.

- أهميـــة الدراسة:

تتضح أهمية الدراسة من خلال أهمية الموضوع حيث أن الحصص الرياضية هي ذات أهميـة تربويـة ترفيهية وإعلامية وأن فئة الطلبة هي فئة جد هامة في المجتمع، حيث تعتبر واعية وهي مـن يعمـل علـى التغيير في المستقبل، وهناك أهمية أخرى تتمثل في معرفة وقياس الاتجاهات، حيث تعطي لنا صورة واضحة عن أهمية الحصة ومدى إقبال الطلبة بصفة خاصة والجمهور بصفة عامة عليها.

- هـــدف البحث:

هدفنا هو الكشف وقياس اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحو حصة أستوديو الكرة بالقنـاة الأولى للإذاعة الوطنية.

- المنهــج المتبــــع:

استجابة لطبيعة الموضوع والإشكال القائم المطروح اخترنا المنهج الوصفي لمعرفة اتجاهات الطلبـة نحـو الحصص الرياضية بالإذاعة الوطنية.

- الإجراءات الميدانية للبحث:

لمعرفة عينة الدراسة الممثلة للمجتمع الأصلي للبحث وهم طلبة السنة الرابعة لمعهد التربيـة البدنيـة والرياضية بجامعة الجزائر العاصمة، قمنا بدراسة استطلاعية سمحت لنا بتحديد الطلبة المبحوثين المتابعين لحصة أستوديو الكرة.

- عينــة الدراســة:

وقع اختيارنا على العينة القصدية التي سمحت لنا بتحقيق فرضيات البحث.

- أدوات القيــاس:

اعتمدنا في دراستنا هاته على أداة الاستبيان مع طلبة معهد التربية البدنية والرياضية واستعنا بـأداة المقابلة مع منشط الحصة وطاقم القسم الرياضي بالقناة الأولى في الإذاعة الوطنية.

النتيجة العامة للدراسة:

من خلال النتائج المتوصل إليها بفضل هذه الدراسة استنتجنا بان لطلبة معهد التربية البدنية والرياضية اتجاهات ايجابية نحو حصة أستوديو الكرة بالقناة الأولى للإذاعة الوطنية، وهذا ما يؤكد بأن الفرضية العامـة للدراسة قد تحققت.